

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David, (2008), *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih bahasa oleh Aris Ananda, Jakarta: Mitra Utama.
- Agus Lukman Hakim. (2008). Strategi Branding dalam Pemasaran Produk di Pedesaan. *Jurnal Ilmiah Niagara*. 1, (1), 20-22.
- Agus Sukmana. (2010). *Laporan Bisnis Indocommercial*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Ambler, T. dan Styles, C. (2007). Brand Development versus new product development :toward a process model of extension decisions. *Journal of Product and Brand Management*. 6, (4), 222-234.
- Ananda Santoso dan A.R. AL Hanif. (2002). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya:ALUMNI.
- Architeni Lokawati. (2009). *Pengaruh Kinerja Program Ekstensi Merek Hemaviton C 1000 Terhadap Ekuitas Merek Produk Hemaviton C 1000*. Skripsi Sarjana Program Studi Manajemen. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Pendidikan Indonesia Bandung: tidak diterbitkan.
- Berita Resmi Statistik. *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia No.12/02/Th. XIV, 7 Februari 2011*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Blomquist, Victoria dan Holm, Rikard. (2004). Line Extensions From a Customer's Perspective. *Journal of Lulea University of Technology, Department of Business Administration and Social Sciences*. (55), 1-37.
- Buchari Alma. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cravens, David W & Piercy, Nigel F.(2009). *Strategic Marketing 9th Edition*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Darmadi Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Darmadi Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Djaslim Saladin. (2003). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Bandung: Linda Karya.
- Fajrianthi dan Zatul Farrah. (2005). Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal INSAN Fakultas Psikologi Universitas Airlangga*. 7, (3), 276-288.
- Fandy Tjiptono. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: PT. ANDI Offset.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*, edisi ketiga. Yogyakarta: PT. ANDI Offset.

**lis Wiwin Yuyanti, 2012**

**Pengaruh Line Extension Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe**

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- Freddy Rangkuti. (2002). *The Power of Brands*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Giddens, Nancy. (2010). Building Your Brand With Brand Line Extensions. *Journal of Missouri Value-added Development Center, University of Missouri*. 1-3.
- Grannell, Chris (2009). Untangling Brand Equity, Value and Health. *Journal of Brandchannel*. 1-10.
- Hari Mulyadi. (2011). *Pengaruh Pendidikan dan Latihan Serta Magang Terhadap Sikap dan Motivasi Kewirausahaan Implikasinya Pada Perilaku Kewirausahaan Mahasiswa*. Disertasi Doktor Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UPI Bandung; tidak diterbitkan.
- Harun Al Rasyid. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala, Program Studi Ilmu Sosial Bidang Kajian Utama Sosiologi Antropologi Program Pasca Sarjana*. Bandung : Universitas Pajajaran.
- Hendra Ganda. (2003). *Analisis Perilaku Konsumen Kopi Serta Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran Produk Kopi Sabani*. Skripsi Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor:diterbitkan.1-132.
- Hermawan Kartajaya. (2004). *Hermawan Kartajaya on Brand; Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Husein Umar. (2008). *Metode Riset Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Thrid Edition*. New Jersey:Pearson Education International.
- Kim, Chung K dan Lavack, Anne M. (1996). Vertical Brand Extensions:Current Research And Managerial Implications. *Journal of Product & Brand Management*. 5, (6), 24-37.
- Kohli, Chiranjeev and Leuthesser, Lance. (2008). Brand Equity: Capitalizing on Intellectual Capital. *Journal of California State University Fullerton*. 1-16.
- Kotler. Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2008). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). *Marketing : An Introduction*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta:PT. Index.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin L. (2012). *Marketing Management 19th edition*. USA:Prentice Hall.
- Marshall, Greg. W. dan Johnston, Mark W. (2011). *Essentials of Marketing Management*. New York:Mc Graw Hill International edition.
- Mei-Liang, Chen.(2006). A Study of Brand Rebuilding. *Journal of General Education Center: Hsin Sheng College of medical Care and Management*. 1-8.
- Moch. Ali. (1985). *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.

**lis Wiwin Yuyanti, 2012**

**Pengaruh Line Extension Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe**

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- Munthre, Shantini., Bick, G., and Abratt, R. (2006). A Framework For Brand Revitalization Through An Upscale Line Extension. *Journal of Product & Brand Management*. 15, (3), 157-167.
- Musante, Michael. (2007). Brand Portfolio Influences on Vertical Brand Extension Evaluations. *Journal of Innovative Marketing*. 3, (4), 60-66.
- Natemeyer, Richard G *et al.*(2004). Developing and Validating Measures of Facets of Customer-Based Brand Equity. *Journal of Business Research*. 57, 209–224, Prentice Hall,Inc.
- Nolke, Cristoph. (2009). *Co Branding as Sub Case of Brand Extensions and Strategic Alliances*. Master Thesis Departement of Management, Politic and Philosophy Copenhagen Business School.
- Peter, J. Paul dan Donnelly, James H. (2011). *Marketing Management: Knowledge and Skills Tenth Edition*. New York:Mc Graw Hill.
- Rajh, Edo. (2005). The Effects of Marketing Mix Elements on Brand Equity. *Journal of Croatia Economic Survey*. No. 102. 53-80.
- Randall, T., Ulrich, K., and Reibstein, D. (2006). Brand Equity and Vertical Product Line Extent. *Journal of Marketing Science*. 17, (4), 356-379.
- Ratih Hurriyati. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:CV. ALFABETA.
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. (2008). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analsis)*. Bandung: Alfabeta.
- Riley, F.D., Lomax, W. and Blunden, A. (2004). Dove vs Dior:Extending the Brand Extension Decision Making Process from Mass to Luxury. *Australian Marketing Journal*. 12, (3), 40-55.
- Sattler, H., Volckner, F. and Zatloukal, G. (2002). Factor Affecting Consumer Evaluations of Brand Extensions. *Research Papers on Marketing and Retailing University of Hamburg*. (10), 1-25.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Consumer Behavior; Ninth Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma and Roger Bougie. (2009). *Reserch Methods For-Business:A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons, Limited. Academic Internet Publishers Incorporated.
- Shakil, Muhammad., Mujeeb, E., dan Rajput, R. (2009). Does Brand Extension Impact Parent Brand: A Case of Johnson, UK. *Journal of COMSASTS Institute of Information Technology Pakistan*.53-66.
- Shimp, Terence A. (2003).*Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Dialihbahasakan Oleh Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari*. Jakarta:Erlangga.
- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*. South Western: Asia-China.
- Siswanto Sutojo dan F. Kleinsteuber. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Stephanus Remond Waworuntu. (2008). Perluasan Merek Pendekatan Strategi Merek. *Jurnal Faculty Binus Business School*. 13, (2), 453-465.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

**Iis Wiwin Yuyanti, 2012**

**Pengaruh Line Extension Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe**

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Sun, Pi-Chuan. (2010). Differentiating High Involved Product By Trivial Attributes For Product Line Extension Strategy. *European Journal of Marketing*. 44, (11/12), 1557-1575.
- Tybout, Alice .M. dan Talkins, Tim. (2005). *Kellog on Branding*. USA:John Wiley&Sons, Inc.
- Ulber Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Wahyudian, Ujang Sumarwan dan Hartoyo. (2004). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Kopi dan Analisis Pemetaan Beberapa Merek Kopi dan Implikasinya Pada Pemasaran Kopi. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. 1, (1), 55-68.
- Walker, Orville. C & Mullins, John. W. (2008). *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach*. Mc-Graw Hill International Edition.
- Winarno Surachmad. (1998). *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik edisi kedelapan*, Bandung:Penerbit Tarsito.
- Woods, Andy T. *et al.*(2010). Flavor expectation: the effect of assuming homogeneity on drink perception. *Journal of School of Psychological Sciences, University of Manchester*. 3, 174-181.
- Yoo, Boonghee dan Donthu, Naveen. (2001). Developing and Validiting a Multidimensional Consumer-based Brand Equity Scale. *Journal of Business Research*. 52, (2), 1-14.

### **Literatur Majalah dan Sumber Lain**

- Majalah Marketeers, Januari 2012
- Majalah SWA, No.16/XXV/27 Juli-5 Agustus 2009
- Majalah SWA, No. 15/XXVI/15-28 Juli 2010
- Majalah SWA, No.09/XXVI/29 April-11 Mei 2010
- Majalah SWA No.01/XXVII/6-19 Januari 2011
- Majalah SWA, No. 15/XXVII/18-27 Juli 2011
- Amalia E. Maulana. (2008). *Nescafe=Kopi tubruk?*. [Online]. Tersedia:<http://amaliamaulana.com/blog/nescafe-kopi-tubruk/>. [19 Juni 2012]
- American Marketing Association. (2010). *Brand*. [Online]. Tersedia: [http://www.marketingpower.com/\\_layouts/dictionary.aspx?dLetter=B](http://www.marketingpower.com/_layouts/dictionary.aspx?dLetter=B), [26 Juli 2010]
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. (2011). *Proyeksi Konsumsi Kopi Tahun 2011*. [Online]. Tersedia:<http://www.aeki-aice.org/>. [11 April 2011]
- Bandung kota. (2011). *Perdagangan Ritel 2011 Melemah*. [Online]. Tersedia: <http://www.bandungkota.com/perdagangan-ritel-2011-melemah/>. [12 Januari 2012]

**lis Wiwin Yuyanti, 2012**

### **Pengaruh Line Extension Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe**

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- Dani Prasetya. (2012). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Fokus MP3EI di Pulau Jawa*. [Online]. Tersedia: <http://industri.kontan.co.id/v2/read/1315912781/77326/Industri-makanan-dan-minuman-jadi-fokus-MP3EI-di-Pulau-Jawa->. [12 Januari 2012]
- Egberts, Douwe. 2012. *Secangkir Kopi Blending Kopi*. [Online]. Tersedia: <http://kedaikopiluwakindonesia.com/artikel-kopi/secangkir-kopi-blending-kopi/> [9 April 2012]
- PT. Nestle Indonesia. (2011). *Nestle Indonesia*. [Online]. Tersedia: [www.nestle.co.id/ina](http://www.nestle.co.id/ina). [23 Desember 2011]
- Steven Greatness. (2012). *Sektor Perdagangan Unjuk Gigi*. [Online]. Tersedia: <http://www.tribunnews.com/2012/01/16/sector-perdagangan-unjuk-gigi>. [18 Januari 2012]
- Taufik Hidayat. (2010). *Legitnya Pasar Kopi Susu*. [Online]. Tersedia: [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id). [24 Januari 2010]
- Yus. (2010). *Inovasi Baru Rasa Lebih Dari Nescafe*. [Online]. Tersedia: <http://www.sentrajakarta.com/the-news/xtra-news/1108-inovasi-baru-rasa-lebih-dari-nescafe.html>. [15 Desember 2011]
- \_\_\_\_\_. (2010). *Penduduk Kota Bandung Terpadat se-Jabar*. [Online]. Tersedia: <http://www.pikiran-rakyat.com/node/121285>. [11 Mei 2011]
- \_\_\_\_\_. (2011). *Industri Ritel jadi Benteng Hadapi Krisis Global*. [Online]. Tersedia: [http://www.waspada.co.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=225301:industri-ritel-jadi-benteng-hadapi-krisis-global&catid=18:bisnis&Itemid=95](http://www.waspada.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=225301:industri-ritel-jadi-benteng-hadapi-krisis-global&catid=18:bisnis&Itemid=95). [18 Januari 2011]
- \_\_\_\_\_. (2012). *Swot Analysis of Nescafe*. [Online]. Tersedia: <http://talkfinanceonline.com/swot-analysis-of-nescafe/>. [19 Juni 2012]
- <http://alltech.com>