

## DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu M. 1998. *Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. Eresco: Bandung
- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing of the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press
- Aaker, D.A. and Keller, K.L. (1992). *Consumer Evaluation of Brand Extensions*. Journal of Marketing. Vol. 54. Pp. 27-41
- Anonymous. 2007. Omzet Jamu 10 Triliun. Diakses dari [www.bisnisfarmasi.wordpress.com](http://www.bisnisfarmasi.wordpress.com) pada tanggal 8 April 2014
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aritha, Mikha. (2009) "Analisis Sensitivitas Respon Konsumen Terhadap Ekstensifikasi Merek dari Pensil Merek Faber-Castell ke Penghapus Merek Faber-Castell". Skripsi. Medan: Universitas Sumatra Utara
- Badan Pusat Statistik. 2013. Kelurahan Lowokwaru dalam Angka 2013. Diakses dari [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), pada tanggal 6 Mei 2014.
- Besharat, Ali. (2010). *How co-branding versus brand extension drive consumer evaluaton of new products : A brand equity approach*. Elsevier
- BPOM dalam Lestari, Erni Dwi. 2007. *Analisis Daya Saing dan Prospek Industri Jamu di Indonesia*. Institut Pertanian Bogor Press. Bogor.
- Budi, Purbayu., & Ashari. 2005. *Analisis statistika dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta : Andi.
- Cooper dan Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Erlangga. Jakarta
- David L. Loudon and Albert J. Della Bitta, (1984), *Consumer behavior: Concepts and Applications*. The United States of America: By McGraw Hill, Inc.
- Dharmayanti, Diah, 2006, Analisa Sensitivitas Respon Konsumen terhadap Ekstensifikasi Merek (*brand extension*) pada Margarine Merek Filma di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1 (2) Oktober 2006: 65-73, Universitas Kristen Petra, Surabaya
- Djarwanto, 1999, *Statistik Nonparametrik*, BPFE, Yogyakarta.
- Durianto, D Sugirto & T. Sitinjak, "Strategi Melakukan Pasar-Melalui Riset Ekuitas & Perilaku Merek". PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 2004.
- Dyah Hasto Palupi dan Teguh Sri Pambudi (2007). *Advertising That Sells*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Engel, James f., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid I, Terjemahan, Binarupa Aksara, Jakarta
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Gerald Zaltman dan Melanie, (1979), *Consumer behavior: Basic Findings and Management Implications*. The United States of America: By John Willey & Sons, Inc.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hem, Leslie, and Iversen N.M. (2001). *Factors Influencing Successful Brand Extension*. Journal of Marketing. Vol 19. P1-37
- Jeff, Madura. 2001. *Pengantar Bisnis*. Salemba Empat: Jakarta.
- Keller, Kevin Lane, 1998, *Strategic Brand Management : building, measuring, and managing brand equity*, Terjemahan, Prentice Hall, New Jersey
- Keller, and Sood, Sanjay. (2003) “ *The Effect of Branding Strategies and Product Experience on Brand Evaluaton*”, Forthcoming in Journal of marketing.
- Keller, Kevin L. (2007). *Marketing Research An Applied Orientation*. New Jersey: Prentice Hall
- \_\_\_\_\_. (2008). *Strategic Brand Management : Building, Measuring and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kinrear, Thomas C. dan James R. Taylor, 1998, *Riset Pemasaran*, Edisi Ketiga, Yohanes Lamarto (penerjemah), Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan Jilid 1. PT. Indeks kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga: Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran*, edisi millennium, jilid 1. PT. Prenhalindo, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Marketing Management*, The Milenium Edition, Ten edition, USA : Prentice Hall, Inc.
- \_\_\_\_\_, 2005, *Manajemen Pemasaran, Edisi 11*, jilid 1. PT. Indeks: Jakarta.
- Kotler , Keller and, Kevin L (2006). *Marketing Management* New Jersey: Prentice Hall
- Loudon, David L. & Della Bitta, Albert J., 2003, *Consumer Behavior; Concepts and Applications*, 4th Edition, McGraw-Hill, Inc. International Edition

- Martinez, Eva and Pina, Jose P. (2003). *The Negative Impact of Brand Extension on Parent Brand Image*. Journal of Product & Brand Management. Vol. 12 No.12.pp.432-448
- Nazir, Moh. 1999. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Peter dan Olson. 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. D. Sihombing (penerjemah). *Consumen Behaviour*. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalaw, 2005, *Perilaku Konsumen*, Andi, Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy. (2002) *The Power of Brands*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Reast, J.D. (2005), "Brand Trust and Brand Extension Acceptance: The Relationship," *Journal of Product & Brand Management*, 14/1, pp. 4-13.
- Septo Hadi (2012) "Analisis Strategi Perluasan Merek (*Brand Extension*) Gatsby *Hair Gel* ke Gatsby *Splash Cologne* Terhadap Sensitivitas Respon Konsumen pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara". Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sidomuncul. 2007. Sarasehan Budaya dan Peluncuran Iklan Terbaru Tolak Angin Versi - Truly Indonesia. Diakses dari [www.Sidomuncul.com](http://www.Sidomuncul.com) pada tanggal 4 April 2014.
- Simamora, Bilson 2003. *Membongkar Kotak Hitam Perilaku Konsumen* PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Simamora, Bilson. 2004. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Simamora, Henri. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Suaramerdeka. 2007. Sekilas Ekonomi. Diakses dari [www.suaramerdeka.com](http://www.suaramerdeka.com) pada tanggal 6 Mei 2014
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Surabayapagi. 2013. Tolak Angin Menembus Pasar Amerika. Diakses dari [www.surabayapagi.com](http://www.surabayapagi.com) pada tanggal 8 Maret 2014.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Galia Indonesia: Bogor Selatan.
- Supramono dan Haryanto. 2003. *Desain Proposal Penelitian Pemasaran*. Yogyakarta:Andi

- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta
- Temporal, Paul and KC Lee, 2001, *HI-TECH HI-TOUCH BRANDING : Menciptakan Kekuatan Merek dalam Era Teknologi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy, 2005 “*Brand Management & Strategy*”, Andi, Yogyakarta.
- Tribunnews. 2013. Golden Brand Award Untuk Tolak Angin. Diakses dari [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com) pada tanggal 1 mei 2014.
- \_\_\_\_\_. 2014. Bidik Konsumen Remaja Tolak Angin Gaet JKT 48. Diakses dari [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com) pada tanggal 5 Mei 2014.
- Wahjosumidjo, 1985, *Kepemimpinan dan Motivasi*, Cetakan I, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Wahyudi, (2009) “*Analisis Sensitivitas Respon Konsumen Terhadap Ekstensifikasi Merek Pada Sabun Cair Merek Citra*” (Studi pada Mahasiswa UIN Malang). Skripsi. Malang: UIN Malang.
- Winardi. 2001. *Motivasi dan Pemasaran*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Yulianty dan Sugiono (2005) “*Analisa Sensitivitas Respon Konsumen Terhadap Peluasan Merek (Brand Extension) pada Shampo merek Dove di Surabaya*”. Skripsi. Surabaya: Universitas Kristen Petra