

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Agustia, R. (2013, juni 27). *Indofood Caplok Perusahaan Minuman Pepsi-Cola*. Diambil kembali dari tempo.com: <https://m.tempo.co/read/news/2013/06/28/090491821/indofood-caplok-perusahaan-minuman-Pepsi-cola>.
- Akademik, S. (2016). *Jumlah Mahasiswa Universitas Telkom*. Bandung.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- American Marketing Association. (2012). *Definition of Marketing*. In Y. Kamarulzaman, dan N. K. Abu, *Marketing Management* (p. 5). Malaysia: Oxford.
- Arifin, Z. (2011). *Penelitian: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Asadollahi, A. Hayati, M. dan Aghaei, M. (2014). *Effect of Integrated Marketing Communication Infrastructures on Brdan Personality to Improve the Performance of the Brdan in Iran's Chain Stores*.
- Asnawi, R. A. (2009). *Analisis Litelatur Hubungan Private Label Kesadaran Merek Dan Citra Merek Dan Penerapannya dalam Industri Hipermarket*.
- ASRIM. (2014, Agustus 15). *Asosiasi Industri Minuman Ringan*. Retrieved from [asrim-indonesia.org: https://asrim-indonesia.org/profil-asrim/](https://asrim-indonesia.org/profil-asrim/)
- Astuti, R. D. (n.d.). *Konsep Pemasaran Perilaku Konsumen*.
- Badan Pusat Statistik. (2015, Oktober 08). *Badan Pusat statistik*. Diambil kembali dari [bps.go.id](http://bps.go.id): [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- Clow, E. K., Baack D. (2014). *Intergrated Advertising, Promotion dan Marketing Communication*. London: Pearson Education .
- Duncan, T. (2008). *Integrated Marketing Communication: Using Advertising dan Promotion to Build Brdan*. New York: McGraw Hill.
- Durianto, D., Budiman, L. J., dan Sugiarto. (2004). *Brdan Equity Ten : Strategy Memimpin Pasar* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Giladiskon.com. (2016). *Giladiskon Komunitas Pecinta diskon*. Retrieved from: [www.giladiskon.com/deals/kfcku.com/KFC-Alfamart-Promo-1-Ayam-Pepsi-Reguler](http://www.giladiskon.com/deals/kfcku.com/KFC-Alfamart-Promo-1-Ayam-Pepsi-Reguler)
- Heridiansyah, J. (2012). *Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brdan Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. (Studi Kasus Pada Konsumen penggunaan Kecap Pedas ABC di Kota Semarang)*

- Homburg, C., Klarmann M., Schmitt J.(2010). *Brdan Awareness in Business Markets: When is It Related to Firm Performance?*
- Husnuzzan. (2013). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu (Intergrated Marketing Communication) Terhadap Citrak Merek ( Brdan Image) Produk Kartu AS Pada PT. Telkomsel Makassar.*
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi.* (Cetakan 1). Bandung: PT. Refika Aditama).
- Kamarulzaman, Y., dan Abu, N. K. (2012). *Marketing Management.* Malaysia: Oxford.
- Kartajaya, H. (2010). *The Official MIM Academy Coursebook: Brdan Operation.* Jakarta: Erlangga.
- Keke, Y. (2013). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Brdan Awaereness.*
- Keller, K. L. (2012). *Building Rich Brdan Relationships: Research Dialogue on Brdans As Intentional Agents, Journal of Consumer Psychology, forthcoming.*
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brdan Management, 4th ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice-Hall.*
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia . (2014, Mei 26). i. Retrieved from kemenperin.go.id: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/12163/Industri-Makanan-dan-Minuman-RI-Tumbuh-8,16>
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2016, Maret 31). *Ekspansi Industri Minuman Serap Investasi dan Tenaga Kerja.* Diambil kembali dari kemenperin.go.id: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14889/Ekspansi-Industri-Minuman-Serap-Investasi-dan-Tenaga-Kerja>
- Kotler, P., dan Armstong, G. (2014). *Principles of Marketing.* In Y. Kamarulzaman, dan N. K. Abu, *Marketing Management* (p. 5). Malaysia: Oxford.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing (Thirteenth Edition).* New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management.* United States: Pearson.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0).* Bandung: Alfabeta.
- Kusumaningtyas, R.,M. (2012). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Program terhadap Brdan Awareness.*

- Majalah SWA. (2011, Juli 18-27). *Best Brdan Index 2016 di Indonesia*. Menjadi Bintang di Era Inovasi Disruptif.
- Majalah SWA. (2012, Juli 18-27 1). *Best Brdan Index 2016 di Indonesia*. Menjadi Bintang di Era Inovasi Disruptif.
- Majalah SWA. (2016, September 1). *Best Brdan Index 2016 di Indonesia*. Menjadi Bintang di Era Inovasi Disruptif.
- marketing.co.id. (2013, Januari 15). *Minuman Bersoda Jadi Sumber Tambahan Penerimaan Negara*. Retrieved from marketing.co.id.
- Mongkol, K. (2014). *Intergrated Marketing Communication to increase Ekuitas merek: The Case of a Thai Beverage Company*.
- Pasafitri, D.(2010) *Analisis Rancangan Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Membangun Kesadaran Merek Konsumen BBM Nonsubsidi pada PT. Pertamina (Persero) Kantor Cabang Pemasaran Bandung*.
- Pepsico.com. (2015, November 21). *Our History*. Retrieved from Pepsico.com: <http://www.Pepsico.com/Company/Our-History>.
- Pepsiserunyabola.com. (2016). *PEPSI UEFA CHAMPIONS LEAGUE*. Retrieved from Pepsiserunyabola.com: [www.Pepsiserunyabola.com/tnc](http://www.Pepsiserunyabola.com/tnc).
- Poskotanews.com. (2016, April 01). *Our History*. Retrieved from poskotanews.com: <http://poskotanews.com/2016/04/01/peluang-industri-minuman-ringan-masih-terbuka/>
- PT. Citra Utama Mdaniri Cemerlang. (2014, Juni 16). *Pepsi. Diambil kembali dari www.chmc.co.id: http://www.chmc.co.id/index.php/tentang-kami/klien-kami/140-Pepsi*.
- Riniyanti, dan Tassakka, P.(2011). *Analisis Kegiatan Marketing Public Relations dalam rangka membangun Brdan Awareness (Studi Kasus pada Produk McAfee di PT. Transition Systems Indonesia)*
- Sangadji, M. S. (2013). *Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: CV DANI OFFSET.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sedamaryanti, dan Hidayat, S. (2011). *Metode Penelitian* (Cetakan Kedua). Bandung: CV. Mdanar Maju.
- Sembarang.com. (2017, Februari 08). *Pepsi Rayakan Momen Semangat Penggemar Sepak Bola*. Retrieved from: [www.sembarang.com/category/press-release/](http://www.sembarang.com/category/press-release/)
- seputarsemarang.com. (2013, April 18). *Pepsi Cola Indobeverages – Pepsi Indonesia. Diambil kembali dari http://seputarsemarang.com: http://seputarsemarang.com/Pepsi-cola-indobeverages-Pepsi-indonesia*
- Statista. (2016). *Market Share of Soft Drink in Indonesia 2016*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/422494/indonesia-market-share-of-soft-drinks-by-category/>.

- Subhani, Dr. M.I. dan Osman, A. (2010). *A Study On The Association Between Brdan Awareness Dan Consumer/Brdan Loyalty For The Packaged Milk Industry In Pakistan*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Rddan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research dan Development*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukma, F., Sarma, M., dan Syamsun, M.(2015). *Efektivitas iklan dalam Menumbuhkan Brdan Awareness SMA Sampoerna*.
- Surachman, S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Syahputra, Budi R. K., Aditya W. (2013). *The Effect of Intergrated Marketing Communication Brdan Equity Of Authorized Automotives Companies in Indonesia*
- The Chartered Institute of Marketing. (2012). In Y. Kamarulzaman, dan N. K. Abu, *Marketing Management* (p. 5). Malaysia: Oxford.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa* . Yogyakarta: CV. Dani Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Dani Offset.
- topbrdan-award.com. (2011-2016). *Top Brdan Award*. Diambil Kembali dari: <http://www.topbrdan-award.com/>
- Ubaidilah, Abdul A. (2015). *Peran Iklan, Promosi Penjualan Dan Acara khusus Pada Brdan Awareness Restaurant dixie Easy dining Yogyakarta*.
- Widyaningrum. T. S. (2012). *Analisis Ekuitas Merek (Ekuitas merek) Melalui (Intergrated Marketing communications-IMC) Pada PT. Nasmoco Majapahit Semarang*.
- Yusuf, S. (2016, Maret 18). *Tahun Ini Industri Minuman Ditargetkan Tumbuh 8%*. Diambil kembali dari [http://industri.bisnis.com: http://industri.bisnis.com/read/20160318/257/529265/tahun-ini-industri-minuman-ditargetkan-tumbuh-8](http://industri.bisnis.com/read/20160318/257/529265/tahun-ini-industri-minuman-ditargetkan-tumbuh-8).
- Zuhri, A.(2015). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Membentuk Brdan Awareness Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Rumah Saya Jogja Cafe)*.



