Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.
DAFTAR PUSTAKA


Dim. (2012). Rambah bisnis the starbucks tak lagi sekedar kopi. Monexnews.com


Rajagopan (2002), ‘conational drivers influencing brand preference among customers’.


Shimp, T.A. (2010), Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications, ed. 8, South-Western, Boston, MA.
Wu, S. I. & Lo, C. L. (2009), ‘The influence of core-brand attitude and consumer perception on purchase intention towards extended product’, *Asia Pacific
Journal of Marketing and Logistics, Vol. 21(1). P. 174-194


