

DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, D., 2011, Penjualan Mie Instan Tertinggi Kedua di Dunia, www.indonesiafinancetoday.com, diakses pada tanggal 20 September, 2012.
- Ashariprw, 2009, *Contoh Produk Sukses & Produk Gagal*, <http://ashariprw.wordpress.com>, online 22 Okt. 2009.
- Assael, H., 1995, *Consumer Behavior and Marketing Action*, South Western College Pub., Boston.
- Azwar, S., 1998, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Baxter, M., 2002, *Product Design: A Practical Guide to Systematic Method of New Product Development*, Nelson Thornes Pub., United Kingdom.
- Cahaya, P.L., 2009, *Analisis Kesuksesan Produk Rokok*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Cooper, R., 1984, New Product Strategies : What Distingusshes The Top Performer?, *Journal of Product Innovation Management*, no. 2, pp. 151-164, Elsevier Science Publishing Co., Inc, New York.
- Cooper, R.G., dan Kleinschmidt, E.J., 1987, New Products : What Separates Winner from Losers?, *Journal of Product Innovation Management*, no. 4, pp. 169-184, Elsevier Science Publishing Co., Inc., New York.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., dan Muniard, P.W., 1994, *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Griffin, A., Page, A.L., 1993, An Interism Report on Measuring Product Development Success and Failure, *J Prod Innov Manag*, no. 10, pp. 291-308.
- Huang, X., Soutar, G.N., Brown, A., 2003, Measuring New Product Success: An Empirical Investigation of Australian SMEs, *Industrial Marketing Management*, Elsevier Science Inc., New York.
- Istiqlaliyah, H., 2009, *Karakter Produk Sukses pada Produk Telepon Genggam Kelas High End*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.



- Kim, W.C., dan Mauborgne, R., 2006, *Blue Ocean Strategy (Strategi Samudra Biru)*, Serambi, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009, *Marketing Management 13th*, Prentice Hall, New Jersey.
- Monalisa, dan Safrezi., 2011, Penjualan Mie Instan Tertinggi Kedua di Dunia, www.indonesiainancetoday.com, diakses pada tanggal 20 September, 2012
- Peter, J.P., dan Olsen, J.C., 2003, *Consumer Behaviour and Marketing Strategy 6th ed.*, Mcgrawl Hill, Singapura.
- Purnomo, Y.C., 2006, *Analisis Kesuksesan Produk Sepeda Motor Kelas Bebek 100-110 CC, Kelas Bebek 125 CC Ke Atas dan Kelas Motor Sport*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Putra, M.R.P., 2010, *Analisis Kesuksesan Produk Shampo Anti Kerombe*, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Santoso, L.M.W., 2008, *Alanisis Kesuksesan Produk Bisnis Penyedia Jasa Transportasi Udara*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Sitinjak, T., Durianto, D., Sugiarto, dan Yunarto, H.I., 2004, *Model Matriks untuk Menciptakan Superior Customer Value*, Gramedia Pustaka Utama, Yogyakarta
- Sylvanto, I., 2010, *Analisis Kesuksesan Produk Penyedia Jasa Telekomunikasi Mobile Broadband*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Ulrich, K.T., dan Eppinger, S.D, 2001, *Perancangan dan Pengembangan Produk*, Mc Graw Hill, New York.
- Walpole, R.E., dan Myers, R.H., 1995, *Ilmu Peluang dan Statistika untuk Insinyur dan Ilmuwan*, 4th ed., Penerbit ITB, Bandung.
- Wijaya,T., 2009, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, 1st ed, Penerbit Universitas Atmajaya, Yogyakarta.
- World Instan Noodles Association, 2012, *Expanding Market*, <http://instantnoodles.org/noodles/expanding-market.html>, diakses pada tanggal 8 juni 2012.