

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Arief Suasana. 2001, Hubungan *Gender* Dalam Representasi Iklan Televisi, Nirmana Vol. 3, No. 1, Januari 2001: 1 – 16. Diakses dari <http://dgi-indonesia.com/wp-content/uploads/2009/03/dkv010301011.pdf> pada tanggal 2 Desember 2012.
- Arto, Ir. Sugih Pujangkoro, M.M. (2003), Perilaku Konsumen Setelah Pembelian. Bendixen, Mike T., 1993, “Advertising Effects and Effectiveness”, European Journal of Marketing, Vol 27 No.10.
- Darmawan, Didit, Setyaningsih, 2004, Pengaruh Citra Merek Terhadap Effektivitas Iklan, Jurnal Media Mahardika Vol. 2 No. 3 Hal 41-49.
- Engel, F.J., dkk., 2001. *Consumen Behaviour*. 9 th edition. Harcourt, Orlando.
- Filino, 2010. Psikologi Eksperimen. Pusat Pengembangan Bahan Ajar Universitas Mercu Buana.
- Firlia, Rohma, 2010. Pengaruh Citra Merk Terhadap Efektivitas Iklan Minuman Frutang (Studi di Giant A. Yani Surabaya).
- <http://www.feqrastafara.com/2010/06/komponen-komunikasi.htm>
- Hakim, Budiman, 2006. *Lantaran tapi Relevan*. Yogyakarta: Galang. Diakses dari http://eprints.upnjatim.ac.id/455/2/File_2.pdf pada tanggal 4 Oktober 2012.
- Harris, Christine, Jeffery Bray, (2007) "Price endings and consumer segmentation", Journal of Product & Brand Management, Vol. 16 Iss: 3, pp.200 – 205. Diakses dari <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1610754> pada tanggal 2 Desember 2012.
- Hawkins, Del I., Mothersbaugh, David L., & Best, Roger J. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 10th Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin
- Hendrik, Rodhiah. 2008. Persepsi Konsumen Terhadap Perbedaan Odd Price dengan Even Price Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara Jakarta.
- Hirdinis, S.E., M.M. 2009, Strategi Pesan. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2008. *Desain Penelitian Eksperimental*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Jogiyanto, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Jungsil Choi & Kiljae Lee & Yong-Yeon Ji, (2012). "What type of framing message is more appropriate with nine-ending pricing?" Springer : Science+Business Media, LLC 2012.
- Kasali, Renald. 1995. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management*. Edisi 12, New Jersey: Pearson Education, hal 174.
- Kotler, Philip & Susanto, 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller , 2007. *Manajemen Pemasaran* Jilid 13.
- Magdalena, Nonie. 2005. Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli Dan Mengonsumsi Makanan Ringan, Thesis Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Michael, Solomon R. 2009. *Consumer Behavior*, 8th Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Mowen, John C., & Minor, Michael. 2002. *Consumer Behavior*, 6th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Nur, Emrinaldi. 2010. Logika dan Prosedur Metode Penelitian Eksperimen.
- O'Keefe, Daniel J. & Jakob D. Jensen, 2008. *Do Loss-Framed Persuasive Messages Engender Greater Message Processing Than Do Gain-Framed Messages? A Meta-Analytic Review* Communication Studies: Vol. 59, No. 1, January–March 2008, pp. 51–67.
- Paul, J. Peter, Jerry C. Olson, 1999. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat, Jakarta.
- Schiffman , Leon. G., & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Cosumer Behavior*, Eight Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Shani, David, Dennis M. Sanddler, . *Ambush Marketing: is Confusion To Blame for The Flickering of the Flame?..* 1998. 15 (4) 367-383.
- Shimp,A Terence, 2000, "Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu", Erlangga, Jakarta
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Suliyanto, 2009. *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi, Jogjakarta.

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta

Unan, Nick. 2010. *Marketing Example*.

Wikipedia.org

Zaki, Ahmad, 2005. *Strategi Iklan : Teori Pesan & Kreatifitas*.