

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Arens, W.F. 2006. *Contemporary Advertising*. New York: Mc Graw- Hill.
- Belch, George, E., & Michael Blech, 2007. 7th edition, *Advertising and Promotion*. McGraw-Hill, New York.
- Belch, George, E., & Michael Blech, 2001. 5th edition, *Advertising and Promotion*. McGraw-Hill, New York.
- Barban, Arnold M., Steven M Cristol, and Frank J. Kopec. (1993). *Essential of Media Planning, A Marketing Viewpoint* 3rd edition. NTC Publishing Group.
- Copley, P. 2004. *Marketing Communications Management*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
- Harwanto, Randyakso. 2008. *Pengaruh Atribut Produk Yamaha Jupiter MX Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi Universitas Widyatama Bandung.
- Irene. 2006. *Pengaruh Persepsi konsumen Pada Promotion Mix Salon Anak KS Terhadap Brand Awareness*. Skripsi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
- Jefkins, F. 1994. Edisi 3. *Advertising : ME & Business Handbooks (Periklanan, Penterjemahan)*. London: Pitman Publishing.
- Kasali, R. 1995. 4th edition. *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Koswara, Heru. 2009. *Pengaruh Persepsi Konsumen Bandung Pada Iklan Televisi Bintangin Terhadap Brand Awareness*. Skripsi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Kotler, Philip. 2002. "Manajemen Pemasaran". Jilid 1 dan 2. diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Benjamin Molan. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2003. 11th edition. "*Marketing Management*". jilid 1 dan 2. Jakarta. PT. Prenhallindo.

- Kotler, P dan Keller, K., L. 2006. Edisi 12 jilid 1. Manajemen Pemasaran. Jakarta. PT.Indeks.
- Kotler, P dan Keller, K., L. 2007. Edisi 12 jilid 2. Manajemen Pemasaran. Jakarta. PT.Indeks.
- Kotler, P dan Keller, K., L. 2009. Edisi 13. Manajemen Pemasaran. Jakarta. PT.Indeks.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2003. Prinsip- Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta. Erlangga.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001. Pemasaran. Buku 1. Penerbit Salemba 4. Jakarta.
- Tom Duncan. 2005. Majalah Marketing “The Principles of Advertising and IMC”.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi. 1989. Metode Penelitian Survei. Edisi Revisi. Jakarta. PT Pustaka LP3Es Indonesia.
- O’quinn, Thomas C., Chris T. Allen, and Richard J. Semenik. (2003). 3rd edition. Advertising and Integrated Brand Promotion. USA: Thomson South- Western.
- Peter, Paul, J dan Olson, C, Jerry. 2000. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran; Edisi 4. Cetakan 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Rossiter, J. R. and Percy, L. 1998. *Advertising and Promotion Management*. McGraw-Hill: Singapore.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie L. 2004. Perilaku Konsumen. Ed 7. Alih Bahasa Zulkifli Kapis. Penerbit PT. Indeks Group Gramedia Jakarta.
- Silverman, G. 2001. *The Secret of Word of Mouth Marketing*. New York: AMACOM.
- Simamora, Bilson (2004). Cetakan kedua. “Panduan Riset Perilaku Konsumen”. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, William. 1991. Terjemahan Lamarto, Yohanes. Prinsip Pemasaran 1. Erlangga. Jakarta.
- Sujaatmadja, Surachman. 2008. Dasar- Dasar Manajemen Merek. Bayumedia Publishing. Malang.
- Tjiptono Fandy. 2000. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

www.wordpress.com

<http://klubdesainer.blogspot.com>