

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Brand Management*. Penerbit Spektrum Mitra Utama, Prentice Hall (terjemahan), Jakarta.
- Angiopora. Marius P, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston : Wadsworth, Inc.
- Azwar, Azrul, DR. Dr. M.P.H. (2001). *Metode Penelitian*. Edisi Ketiga, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- Davidson, William R. (1998). *Retailing Management. Sixth Edition*, Ohio : Jhon Willey and Sons.
- Gilbert, David. (2003). *Retail Marketing Management. Second Edition*, England : Prentice Hall.
- Hair, Jr., J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.W. (1998). *Multivariant Data Analysis. 5<sup>th</sup> Edition*, NJ: Prentice-Hall Internasional, Inc, America.
- Peter, Paul. J & Jerry C. Olson. (1996). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Keegan, Warren., (1999). *Manajemen Pemasaran Global*, Edisi Kedua, Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- Keller., Kevin Lane., & Philip Kotler. (2006). *Marketing Management*. Penerbit Prentice Hall (terjemahan), New Jersey.
- Kotler, Phillip. (2007) *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1 dan 2, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler., Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Ma'ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Mowen, John.C., & Minor, Michael., (2001). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Santoso, Singgih., & Fandy Tjiptono. (2004). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Santoso, Singgih. (2006). *Seri Solusi Bisnis Berbasis Ti menggunakan SPSS untuk Multivariant*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, U. (2000). *Research Method for Business : A Skill-Building Approach*. Edisi Ketiga, Penerbit John Wiley & Sons, New York.
- Sekaran, Umar. (2006). *Research Methods For Business*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Shimp, T.A., & Madden, T.J. (1988). Consumer-object relations: a conceptual framework based analogously on sternberg's triangular theory of love. In: Houston M.J. (ed.), *Advances in consumer research*, Provo, UT: Association for Consumer Research, vol. 15 pp. 163-366.
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Stanton, William J., Michael J. Etzel., & Bruce J. Walker. (2005). *Fundamentals of Marketing*, 10<sup>th</sup> Edition, New York.
- Sugiyono. (2005). *Statistik Untuk Penelitian*. Penerbit ALFABETA, Bandung.
- Herdiana Yayan. (2009). *PENGARUH KEBIJAKAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. UKM, Bandung.

<http://www.google.com/>  
<http://digilib.petra.ac.id/>