

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Bruce L. (2002). The Role Of Price. *Smart Marketing*. Desember 2002. pp1-3
- Arnould, Eric J. & Zinkhan, George M. (2004). *Consumers*. 2nd Edition. International Edition. McGraw-Hill Companies, Inc. USA
- Diller, Herman. (2008). Price Fairness. *Journal of Product & Brand Management*, 17/5, pp353-355.
- Ferliana, Vinna. (2009). *Analisis Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Produk Shampoo Sunsilk*. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Grabor, Andre & Granger, C. W. J. (1961). On The Price Consciousness of Consumers. *Reprinted with permission from Applied Statistics*, Vol. XNo.3, 1961, pp. 170-88.
- Hair, Jr., et al., (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th Edition, NJ: Prentice Hall International, Inc.
- Hermann, Andreas et al. (2007). The influence of price fairness on customer satisfaction: an empirical test in the context of automobile purchases. *Journal of Product & Brand Management*, 16/1, pp49-58.
- Kasali, Rhenald. (2005). *CHANGE!*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Khaerudin. (2009). Penjualan Ponsel di Indonesia Tak Terpengaruh Krisis Global. *KOMPAS*. 12 Maret 2009 diakses dari <http://www.ringkasanberita.net/index.php/news/kompas-regional/228432/sumatera-penjualan-ponsel-di-indonesia-tak-terpengaruh-krisis-global> pada tanggal 22 Maret 2009
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 11. (Diterjemahkan Oleh: Drs. Benyamin Molan). PT.INDEKS Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. (Diterjemahkan Oleh: Drs. Benyamin Molan). PT.INDEKS Kelompok Gramedia. Jakarta
- Miller, Linda. (2006). Understanding Price Sensitivity in Marketing. *Associated Content: Business & Finance*. 31 Januari 2006 diakses dari

- http://www.associatedcontent.com/article/17430/understanding_price_sensitivity_in.html pada tanggal 4 April 2009.
- Monroe, Kent B. et al (2007). Consumers' perception of fairness of price matching refund policies. *Journal of Retailing*, 83(3,2007), pp325-337.
- Mowen, John C. & Minor, M. (2001). *Perilaku Konsumen*. (Diterjemahkan oleh: Lina Salim). Erlangga. Jakarta.
- Noor, Achmad Rouzni. (2008). Ponsel NOKIA Mahal Untuk Pasar Indonesia?. *Detiknet.com*. 4 November 2008 diakses dari <http://www.detikinet.com/read/2008/11/04/180612/1031211/317/ponsel-nokia-mahal-untuk-pasar-indonesia> pada tanggal 20 Mei 2009.
- Pande. (2009). NOKIA 2.5 Juta Awal 2009. *Pandebaik.WordPress*. 2 Februari 2009 diakses dari <http://pandebaik.com/2009/02/02/nokia-25-juta-awal-2009/> pada tanggal 21 Mei 2009.
- Park, C. Whan et al. (1982). The Elusive Role Of Price Brand Choice Behavior. *Advance in Consumer Research*. Volume 9, pp201-205.
- Pepadri, Isman. (2002). Pricing is The Moment of Truth : All Marketing Comes To Focus in The Pricing Decision. *Manajemen Usahawan Indonesia*, 10, Th. XXXI, hal. 15-19.
- Peter, J.P. & Olsen, J.C. (1999). *CONSUMER BEHAVIOR: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. (Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing, M.B.A.). Erlangga. Jakarta.
- Rahayu, Sri. (2005). *Aplikasi SPSS Versi 12.00 dalam Riset Pemasaran*. Alfabeta, CV. Bandung.
- Rasmini, Ni Ketut. (2007). Faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada Keputusan Pemilihan Profesi Akuntansi Publik dan NonAkuntansi Publik Pada Mahasiswa Akuntansi di Bali. *Buletin Studi Ekonomi*, Vol 12 No.3 hal 351-364.
- Schiffman, L. G., (2004). *Consumer Behaviour*. 8th Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Simamora, Henry. (2007). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid II. Edisi 2. PT. RINEKA CIPTA. Jakarta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, CV. Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Sukrii, Bin. (2007). Lima Merk Handphone Terlaris Di Pasar Global. *OKEZONE*. 30 Oktober 2009 diakses dari <http://ponsel.sayanginanda.com/umum/lima-merk-handphone-terlaris-di-pasar-global-135> pada tanggal 22 Maret 2009.
- Supranto, J. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Keenam*, Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Wibisono, Dermawan. (2008). *Riset Bisnis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.