

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free perss.
- Djaslim Saladin, S.E., 2003.*Perilaku konsumen dan pemasaran Strategik*. Bandung CV. Linda Karya.
- Jefkins, F., 1994. Edisi 3, *Advertising: ME & Business Handbooks* (Periklanan, Penterjemahan), London: Pitman Publishing.
- Jefkins, F., 1997, *Manajemen Pemasaran*, diterjmahkan oleh DRS. Haris Munandar, Edisi III, Erlangga, Jakarta.
- Kasali, R., 1995, 4th edition, *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management*, Millenium edition, Prehallindo.
- Kotler, Philip, 2003. 11th edition. “*Marketing Management*”. Jilid 1 dan 2, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Lamb, Hair, Mc Daniel, 2001, *Pemasaran*, Buku 1, Salemba 4, Jakarta.
- Peter, Paul, J dan Olson, C, Jerry, 2000, *Perilaku konsumen dan Strategi Pemasararan*; Edisi 4. Cetakan 1, Erlangga, Jakarta.
- Rossiter, J. R. and Percy, L., 1998, *Advertising and Promotion Management*, McGraw-Hill:Singapore.
- Stanton, J.William, 1998, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 8th edition, Erlangga, Jakarta.
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, edisi I, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesebelas, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.