

## DAFTAR PUSTAKA

- Eckard, Woodrow, *Competition and The Cigarette TV Advertising Ban*.
- Feinberg, Fred, (2005). *On Continuous-Time Optimal Advertising Under S-Shaped Response*.
- Ishigaki, Hiroaki (1999). *Informative Advertising and Entry Deterrence: A Bertrand Model*.
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*, jilid dua, edisi sebelas, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., Amstrong, G (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid satu, edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip (2000). *Marketing Manajement, The Millenium edition, Prentice Hall, Newjersey*
- Kotler, Philip (1997) *Marketing Manajement, The Millenium edition, Prentice Hall, Newjersey*
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary (1999). *Principles of Marketing*, eight edition, prentice Hall, Newjersey
- Lamb, Hair, Mc.Daniel (2001). *Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: Salemba 4.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, edisi pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Luiz, Jose (1998). *Quality Uncertainty and Informative Advertising*
- Singarimbun Masri & Efendi Sofyan (1995). *Metode Penelitian Survei*, edisi revisi, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES
- Kasali Rhenald (1995). *Manajemen Periklanan konsep dan eplikasinya*, Jakarta: PT.Pustaka Utama Grafiti
- Seldon, Barry (1999). *Media Substitution and Economies of scale in Advertising*

Tjiptono, Fandy (2000). *Manajemen Pemasaran Peespektif Asia*, edisi satu, Yogyakarta: Andi.

Umar, Husein (2000). *Metode Penelitian untuk skripsi & tesis bisnis*, cetakan ketiga, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta

[www.Mobile-8.com](http://www.Mobile-8.com)