

## DAFTAR PUSTAKA

- Bermans & Evans, 2004. “*Retail Management*” (*Strategic Approach*), edisi kesembilan, Prentice hall Inc.
- Boyd, H.W., Walker, O.C., Larreche, J.C. (2000). “*Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*”, Jilid kesatu, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Brady, M.K., Cronin, J.J., Brand, R.R. (2002). “Performance-only Measurement of Service Quality: A Replication And Extension”, *Journal of Business Research*, Vol 55, Pg 17-31.
- Dodds, W.B., Monroe, K.B., Grewal, D. (1991). “Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers’ Product Evaluations”, *Journal of Marketing Research*, Vol 28, Pg 307.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W. (1995). “*Perilaku Konsumen*”, Edisi Keenam, Jilid kedua, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2001). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giduanni, G. (2006). “*Analisis Pengaruh Price, Store Image, Intensity of Marketing Activities, dan Price Deals Pada Citra Merek Produk Coca*”, Skripsi Program Sarjana UKM (Tidak Dipublikasikan).
- Grewal, D., Monroe, K.B., and Krishnan, R. (1998). “The Effects of Price-Comparison Advertising on Buyers’ Perceptions of Acquisition Value, Transaction Value, and Behavioral Intentions”, *Journal of Marketing*, Vol 62, Pg. 45-59.
- Halim, Y. (2007). “*Analisis Pengelompokan Konsumen Berdasarkan Faktor Pengaruh Eksternal Dalam Pembelian Mode Pakaian (Studi Kasus Remaja Putri Tingkat SMP)*”, Skripsi Program Sarjana UKM (Tidak Dipublikasikan).
- Hamdani, L. (2006). “*Analisis Pengelompokan Konsumen Berdasarkan Motivasi Berbelanja Hedonik (Studi Kasus di Mall CiWalk) Bandung*”, Skripsi Program Sarjana UKM (Tidak Dipublikasikan).
- Imasari, K., Sunjoyo, Meythi, Setiawan, S., Kuang, T.M., Kuswoyo, C., Magdalena, N. (2007). “*Modul Statistika Penggunaan Alat Uji Statistika Dalam Pengambilan Keputusan Dengan Software SPSS*”, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (Tidak Dipublikasikan).

- Kotler, P., Armstrong, G. (2001). “ *Prinsip-prinsip Pemasaran*”, Jilid kesatu, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (1992). “*Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian*”, Jilid kesatu, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (1994). “*Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian*”, Jilid kedua, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2005). “*Manajemen Permasaran*”, Edisi Kesebelas, Jilid kesatu, terjemahan Drs. Benyamin Molan, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005). “*Manajemen Permasaran*”, Edisi Kesebelas, Jilid kedua, terjemahan Drs. Benyamin Molan, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., Ang, S.P., Leong, S.M., Tan, C.T. (2000). “ *Manajemen Perspektif Asia*”, Edisi Ketiga, terjemahan Handoyo Prasetyo, SE., Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lamb, Hair, McDaniel. (2001). “*Pemasaran*”, Jilid kesatu, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lamb, Hair, McDaniel. (2001). “*Pemasaran*”, Jilid kedua, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lord, K.R., Lee, M.S., and Sauer, P.L. (1995). “ The Combined Influence Hypothesis: Central and Peripheral Antecedents of Attitude toward the Ad”, *Journal of Advertising*, Vol. 24, Pg. 73-85.
- Madjadikara, A.S. (2004). “ *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan, Bimbingan Praktis Penulisan naskah Iklan (Copywriting)*”, Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Magdalena, N. (2005). “*Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli Dan Mengonsumsi Makanan Ringan*”, Tesis Program Pascasarjana UGM (Tidak Dipublikasikan).
- Mowen, C.J., and Minor, M. (2001). “*Perilaku Konsumen*”, Edisi Kelima Jilid kesatu, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mowen, C.J., and Minor, M. (2002). “*Perilaku Konsumen*”, Edisi Kelima Jilid kedua, Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Peter, J.P., and Olson, J.C. (2000). *“Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran”*, Terjemahan Damos Sihombing, MBA.. Edisi Keempat, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pollay, R.W., and Mittal, B. (1993). “Here’s the Beef: Factors, Determinants, and Segments in Consumer Criticism of Advertising”, *Journal of Marketing*, Vol 57, Pg. 99-114.
- Schiffman, L.G., and Kanuk, L.L. (2004). *“Consumer Behavior”*, 8<sup>th</sup> ed, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Simamora, B. (2004). *“Panduan Riset Perilaku Konsumen”*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sindoro, D. (2006). *“Analisis Pengaruh Faktor Personal Pada Sikap Konsumen Dalam Periklanan”*, Skripsi Program Sarjana UKM (Tidak Dipublikasikan).
- Suyanto, M. (2005). *“Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia”*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, H. (1999). *“Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran”*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vakratsas, D., and Ambler, T. (1999). “How Advertising Works: What Do We Really Know?”, *Journal of Marketing*, Vol 63, Pg. 26-43.