

DAFTAR PUSTAKA

Belch, George E. and Michael A. Belch, *Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, 3 edition, Richard D. Irwin, Inc, 1995.

Craven, David W. and Nigel F. Piercy, *Strategic Marketing*, 7th edition, New York: McGraw-Hill Irwin, Inc, 2003.

Hanna, Nessim and Richard Wozniak, *Consumer Behavior: An Applied Approach*, New Jersey: Prentice Hall, Inc, 2001.

Jefkins, Frank, *Adverising*, Essex: Pearson Education Limited, 2000.

Kotler, Philip, *Marketing Management*, 9th edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc, 2003.

Majalah Marketing, *Iklan: Dari Yang Disukai Sampai Yang Menyebalkan*, Jakarta: No. 02/IV/Februari 2004.

Majalah Kapital, *Mengukur Efektifitas Iklan: Iklan Baik Tidak Selalu Menjual*, Jakarta: Vol. III/13 Mei 2002.

Majalah Kapital, *Basisnya Adalah Advertising Objectives*, Jakarta: Vol. III/14 Juni 2002.

Majalah Kapital, *Respons Terhadap Iklan*, Jakarta: Vol. III/15 Juli 2002.

Majalah Kapital, *Advertising Posting*, Jakarta: Vol. III/16 Agustus 2002.

Majalah Kapital, *Peningkatan Penjualan Hanya Salah Satu Ukuran*, Jakarta: Vol. III/17 September 2002.

Ries, Al and Laura Ries, *The Fall of Advertising and The Rise of PR*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Solomon, Michael R, *Consumer Behavior: buying, having, and being*, New Jersey: Prentice Hall, Inc, 2002.

Sutisna, SE., ME, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, edisi ketiga, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.

Umar, Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.