DAFTAR PUSTAKA

Agusty Tae Ferdinand, (2006), ***Metode Penelitian Manajemen***, Edisi II, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Basu Swastha dan Irawan, (2001), ***Manajemen Pemasaran Modern***, Liberty, Yogyakarta

C. Esti Susanti, (2003)**, Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Milan di Surabaya, Jurnal Widya Manajemen dan Akutansi,** Vol.3, No. 2

Fandy Tjiptono, (2008), **Strategi Pemasaran**, Andy Offset, Yogyakarta

Frank Jefkins, (1997), **Periklanan**, Erlangga, Jakarta

Fuad Mas'ud, (2004), **Survai Diagnosis Organisasional, Konsep dan Aplikasi**, Badan Penerbit UNDIP, Semarang

Hair Lamb, Mc Daniel, (2001), **Pemasaran**, Salemba Empat, Jakarta

Husein Umar, (2003), **Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran,** Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Imam Ghozali, (2005), **Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Imam Ghozali, (2002), **Manajemen Pemasaran**, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

Imam Ghozali & Susanto, (2001), **Manajeman Pemasaran di Indonesia**. Edisi Pertama, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.

Kotler, dan Amstrong, (2001), **Dasar Dasar Pemasaran Edisi Sembilan**, Jilid ke I Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Kotler diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, (2002:204)

Lilik Wahyudi, (2004), **Peran Harga Sebagai Indikator Kualitas dan Pengaruh Terhadap Kemungkinan Membeli, Fokus Manajerial,** Vol.2, No. 2

M. Ibrahim Nasir **Analisis Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Kota Palembang**. Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya Vol. 5, No 9 Juni 2007 Pengertian Media Iklan.

Nugroho J Setiadi, (2002), **Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran**, Prenada Media, Jakarta

Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, (1999), **Metodologi Penelitian Bisnis**, Edisi I, BPFE, Yogyakarta

Prima Vivie, (2008), **Analisis Pengaruh *Advertising, Brand Perceivd Quality* dan Harga Terhadap Nilai Merek (*Brand Value*) Telepon Selular Merek Nokia Bagi Konsumen,** Skripsi FE UNDIP, Semarang

Shimp Terence A., (2003), **Periklanan Promosi**, Edisi V, Jilid 1&2, Erlangga, Jakarta

Sugiyono, (2009), **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung

T. Hani Handoko, (2000), **Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen**, Edisi 3, Liberty, Yogyakarta