DAFTAR PUSTAKA

Assael, H. 2004. *Consumer Behavior And Marketing Action* (2nd ed.). Boston Massachusettes: Kent Publising.

Ghozali, Imam, 2005. *Structural equation modeling: Teori, konsep, dan aplikasi dengan program Lisrel.* Semarang: Badan penerbit Universitas Dipenogoro.

Imasari, Kartika, dan Cen Lu 2010, *Pengaruh Media Periklanan Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Smu Untuk Mendaftar Di Universitas Kristen Maranatha: Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa SMU di Bandung),* Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Vol. 17, No. 2 September 2010, Hal. 109-120, ISSN: 1412-3126

Ibrahim, Nasir, 2007, *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

Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen periklanan:konsep dan aplikasinya di Indonesia.* Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, Philip, & Armstrong, Gary, 2009, *Prinsi-Prinsip Pemasaran*, ed. Kesembilan, jilid 12, Alih Bahasa Bon Sabran, PT INDEKS Kelompok GRAMEDIA.

Kotler. Philip dan Kevin Lane Keller 2009, *Manajemen Pemasaran*, Dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas, Penerbit Erlangga Jakarta

Margiyanti, Esti., 2007, *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy, Segmen, J*urnal Manajemen dan Bisnis, No 2, Juli 2008

Nazir, Moh. 2003. *Metode penelitian.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nugroho, Widyo, 2007, *Pengantar Periklanan,* Pustaka: Yogyakarta.

Palantupen, Octaviani., 2007, Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shampoo* (Studi Kasus Pada Masyarakat Tanah Baru Depok), Skripsi, Universitas Gunadarma.

Peter, J Paul., and Olson., Jerry C,. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Jilid 1. Edisi 4, Erlangga.

R, Eka, dan A. R. Saliman, 2001, *Perklanan Yang Efektif*, Jurnal Ekonomi Perusahaan, Volume 8 Nomor 2, Juli 2001

Schiffman & Kanuk, 2007, *Perilaku Konsumen*, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Indexs

Slamet, Achmad 2002, *Pengaruh Sikap Konsumen Mengenai Strategi Pemasaran Pasar Swalayan Terhadap Pola Perilaku Pembelian*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 2. ISSN 085 – 4292

Saladin, Djaslim, 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, Linda karya, Bandung.

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis,* Cetakan Kelima, ALFABETA, Bandung.

Suharsimi Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta

Sumarwan, Ujang, 2004. *Perilaku Konsumen*. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Penerbit PT. Ghalia Indonesia dengan MMA – IPB. Jakarta.

Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung.

Swastha, Basu, 2002, *Azas-azas Marketing*, Edisi ke 3, Yogyakarta

Semuel, Hatane., 2007, *Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia, dan Gender Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Produk Pariwisata),* Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 2, No. 1, April 2007: 31-42

Umar, Husein, 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Cetakan Keempat. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Wahyuni, Dwi U, 2008, *Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat,* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.10, No. 1, Maret 2008: 30-37