DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity; Capitalizing on the Value of Brand Name*. New York: Free Press.

Alo, L. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Amstrong, K. (1997). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Antika, O. B. (2014). *Kajian Lokasi Pusat Perbelanjaan Di Wilayah Surabaya Selatan*. Jurnal Penelitian UNESA , 244.

Anwar, S. (1998). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Babbie, E. (2004). *The Basics of Social Research 4th edition*. USA: Thomson-Wadsworth.

Cangara, H. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Dariyo, A. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor: Ghalia.

Effendi, O. U. (1999). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Elizabeth, &. B. (1992). *Psikologi Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga.

Gunarsa, S. D. (2004). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: BPK Gunung mulia.

H.A.W, W. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.

Ibrahim, I. S. (1997). *Lifestyle ecstasy; Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.

Setiadi, Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Keith Davis, &. J. (2000). *Perilaku Dalam Organisasi*, Ed. 7. Jakarta: Erlangga.

Keller, K. L. (1993). *Measuring and Managing Customer Based Brand Equity.* Journal of Marketing , 57.

Kim, L. K.-H. (2006). *creating images and the psychology of marketing communication*. Jurnal: Routledge , 6.

Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium. Jakarta: Prenhallido.

Kotler , Philip. (2006). *Marketing Management*, 12th Edition, Pearson International Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Minor, J. C. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Olson, J. P. (2000). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pilang, Y. A. (2004). *Dia yang dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Jalasutra.

Rakhmat, J. (2000). *Metode Penelitian Komunikasi.* Bandung: P.T Remaja Rosdakarya.

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia PustakaUtama.

Runyon. (1980). *Consumer Behavior and tge Practice of Marketing*. Toronto: Merrill Publishing.

Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian, Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sadat, M. A. (2009). *Brand Belief; Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.

Sarwono, S. W. (2012). *Psikologi Remaja.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, A. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Suryabrata, S. (1990). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.

Susanto. (2001). *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Susanto, A. S. (1947). *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Bina Cipta.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia Publishing.

Zinkhan, P. A. (2005). *Consumers*, cet. 2. McGraw: Hill.

http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2011-2-00456-mc%202.pdf (diunduh pada 31-10-2014, 11:44 WIB)

Herwan Parwiyanto, Modul Kajian Komunikasi dalam Organisasi/AN/FISIP, dalam Perilaku Organisasi/herwanparwiyanto.staff.uns.ac.id, hlm. 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id