

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 1991. *Managing Brand Equity : Capitalizing on the value of a Brand name*. New York : Free Press
- Arnould, E, Price, L, Zinkan, G. 2005. *Consumers 2nd ed*. Singapore : Mc.Graw-Hill/Irwin
- Azwar, S. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Pustaka Pelajar
- Bungin, B. 2010. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Davis, S. M. 2000. *Brand Asset Management : driving profitable growth through your brand*. California : Jossey-Bass, Inc. Publishers
- Dewi, I, J. 2005. *Inspirasi Bisnis : Perspektif baru dalam strategi banding. Bisnis, dan karir*. Yogyakarta : Amara Books
- Drezner, W. 2002. *A Balanced Perspective on Brands*. Baringstroke : Mc Millan
- Durianto, D dan C. Liana. 2004. Analisis Efektifitas Iklan Televisi Softener & fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ekonomi perusahaan*, vol. 11, No. 1, pp. 35 – 55
- Firdy. 2009. Hubungan Antara Partisipasi dengan Loyalitas produk Blackberry dalam Komunitas virtual milis Primbon BB. *Skripsi* (Tidak Diterbitkan) Semarang : Fakultas Psikologi universitas Dipenogoro
- Hawkins, I Best, R. J. Coney, K. 1998. *Consumer Behavior : Building Market Strategi*. USA : Irwin/Mc Graw-Hill
- Hogan, S. 2005. *Employess and Images : Bringing Brand Image to Life. 2nd Annual Strategic Public Relations Conference*. Chicago : Lippincot Mercer
- Jefkins, F. 1996. *Periklanan. 3 ed*. Jakarta : Erlangga
- Keller, K. L. 2003. *Strategic Brand Management : Intl ed. Building, Measuring, and Managing Brand Equity 2nd ed*. New Jersey : Pearson Education, Inc

- Klieman, A. 2002. *Research in Inference Making : What is Missing?*. European Marketing Report
- Kotler, P. 1996. *Manajemen Pemasaran. 6 ed.* Jakarta : Erlangga
- Mowen, Jhon C. 1995. *Consumer Behavior 4th ed.* Jersey : Prentice Hall
- Munandar, A. S. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi. Jakarta : VIP*
- Mukti, 2011. *Iklan Media Cetak Sebagai Alat untuk Kampanye Periklanan.*
[http://ramakertamukti.wordpress.com/2011/04/05/iklan-media-cetak-sebagai-alat-untuk-kampanye-periklanan.](http://ramakertamukti.wordpress.com/2011/04/05/iklan-media-cetak-sebagai-alat-untuk-kampanye-periklanan)
- Noble. 1999. *Development in Marketing Science. Vol. 22, 1-5, Coral Gables.*
 Florida : Academi of Marketing Science
- Peter, J. P. Olson, J. C. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Strategi 6th ed.*
 New York : Mc Graw-Hill/Irwin
- Ratri, E. L. Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalti) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. *Skripsi (Tidak Diterbitkan)* Semarang : Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
- Runyon, K. 1980. *Consumer Behavior and the Practice of Marketing 2nd ed.*
 Toronto : Charles E. Meril Publishing. Co
- Schiffman, L.G, Kanuk, L. L. 2000. *Consumers Behavior 7th ed.* New Jersey : Prentice-hall, Inc
- Sengupta, S. 2005. *Brand Positioning : Strategi for Competitive Advantage 2nd ed.*
 New Delhi : Tata Mc Graw-Hill, Ltd
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen ; Konsep dan Implikasi intuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta : Prenada Media
- Shimp, A. T. 2009. *Periklanan Promosi.* Jakarta : Erlangga
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen Komunikasi Pemasaran.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Suyanto, M. 2005. *Strategi perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Andy

Swasta, B dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Tybout, A. AM, Clakins, T. 2005. *Kellog on Branding*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc

Vincent. 2011. Telepon Pintar. Id. Wikipedia. Org/wiki/smartphone. diakses 17 Desember 2011

Wiyasti, D. 2010. *Smartphone kian Merebak di Indonesia*. <http://www.rnw.nl/bahasa-indonesia/article.htm>, diakses 17 Desember 2011