

DAFTAR REFERENSI

Amstrong dan Kotler (2003). **Dasar-dasar Manajemen Pemasaran**. Diterjemahkan oleh Bambang Sarwiji, Edisi 9 Jilid 1. Indeks : Jakarta

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

Assael H. (2001), **Consumers Behavior and Marketing Action**, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS.

Aaker, David A. (1991). **Managing Brand Equity, Capitalizing on The Value of a Brand Name**. New York:Macmillan

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

Basu Swastha dan T. Hani Handoko, (1997) **Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen**, Edisi 3, Liberty, Yogyakarta

Budiman, (2003). **Minat Mereferensikan Dalam Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Edukasi Pasar Fitur GPRS IM3 Smart Di Surabaya**. Journal Sains Marketing Indonesia Volume II, No. 1, Mei 2003, halaman 1 – 18

Eastman, Susan Tyler, Sydney W.Head, Lewis Klein. (1985). **Broadcast Cable Programming Strategies and Practices Second Edition**. USA:Wadsworth Publishing Company.

Fajar, Laksana, (2008). **Manajemen Pemasaran**, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono, (2004). **Pemasaran Jasa**, Bayu Media Malang.

Ferdinand, A.T., (2006). **Metode Penelitian Manajemen**. Edisi II, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

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

Gasperz, V, (1997), **Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total**. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Geller, Valerie, (2007). **Creating Powerful Radio**. USA : Elsevier

Ghozali (2006). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Edisi I, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Hair, Joseph F. Jr, Rolph, E. Anderson, Ronald L. Tatham, and William C. Black, (1995). **Multivariate Data Analysis with Readings**, Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall

Imam Ghozali, (2002) **Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Indriantoro, Nur dan Supomo, B., (1997). **Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen**, BPFE, Yogyakarta

Koswara, Komariah, Setianti. (2006). **Penerapan Fungsi Manajemen Media Massa Di Radio Pelangi Nuansa Swaratama Sumedang**

Lovelock, Christopher & Wright (2007). **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta : Intermasa

McDowell, Walter S, Steven J.Dick. (2005). **Revealing a Double Jeopardy Effect in Radio Station Audience Behavior**. *Journal Of Media Economics*, 18(4), 271-284

McQuail, Denis. (1987). **Teori Komunikasi Massa**. Jakarta : Erlangga

Parasuraman, A Valerie, A Zeithaml and Leonard L, Berry (1988), "A **Multiple Item Scale for Measuring Consume Perception on Future Research**". *Journal of Marketing*, Vol 49 No. 1

Peter Drinkwater, Mark Uncles. (2007). **The Impact of Program Brands on Consumer Evaluations of Television and Radio Broadcaster Brands**. *Journal of Product & Brand Management* 178–187

Potter, Robert F. (2009). **Double the Units: How Increasing The Number of Advertisements while Keeping the Overall Duration of Commercial Breaks Constant Affects Radio Listeners**. *Journal of Broadcasting & Journal of Broadcasting & Electronic Media*

Romli, Asep Syamsul M. (2009). **Dasar-dasar Siaran Radio**. Bandung : Nuansa

Shimp, Terrence A. (2003). **Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu**. Jakarta : Erlangga

Setiadi, Nugroho J. (2003). **Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran**. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.

Sugiyono, (1999). **Metode Penelitian Bisnis**. Alfabeta: Bandung

Supriyono, (2008). **Efek Satisfaction pada Loyalty Pendengar Radio Suara Surabaya**. Journal Research Of Economics and Business Vol.8 No.1