

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A., D. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Abadi, A. A. (2006). Problematika Penentuan Sampel Dalam Penelitian. *Dimensi Teknik Arsitektur*, 140.
- Abdullah, I. (2006a). *Studi Tubuh, Nalar dan Masyarakat: Perspektif Antropologi*. Yogyakarta: Tici Press.
- Anwar, I. (2010, Februari). *Griya Asri*. Retrieved Maret 18, 2012, from Majalah Griya Asri: <http://www.griya-asri.com/2010/02/spa-berkonsep-natural/>
- Bangsa, P. G. (2007). Persepsi Visual. In T. P. Diskom, *Irama Visual: dari toekang reklame sampai komunikator visual* (pp. 69-71). Yogyakarta: Jalasutra.
- Budiarto, T. (Tanpa Tahun). *Dasar Pemasaran*. Universitas Gunadarma.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (1 ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media* (1 ed., Vol. 1). (M. Bagus, Ed., & A. G. Admiranto, Trans.) Yogyakarta, Jawa Tengah, Indonesia: Jalasutra.
- Darmaprawira W.A, S. (2002). *Warna Teori dan Kreatifitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB.
- Dewinata, A. (2006). Pengaruh Brand Image Produk Minuman Ringan Bersoda Coca-cola Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Coca-cola Bottling Indonesia. *Pengaruh Brand Image Produk Minuman Ringan Bersoda Coca-cola Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Coca-cola Bottling Indonesia*, 2.

- Durianto, d. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Esther House of Beauty. (2011). *Laporan Annual Meeting Tahun 2011*. Surabaya: Esther House of Beauty - Untuk Kalangan Sendiri.
- Friscillia, F. (2010). Representasi Citra Perempuan Dalam Iklan Clear Versi "Sandra Dewi" (Studi Semiotik tentang Representasi Citra Perempuan dalam iklan shampo Clear Soft and Shiny Versi "Sandra Dewi" di Majalah Femina). *Representasi Citra Perempuan Dalam Iklan Clear Versi "Sandra Dewi"*, 9.
- Hagijanto, A. D. (2001). Menciptakan *Brand Awareness* Iklan Media Massa Cetak. *Menciptakan Brand Awareness Iklan Media Massa Cetak*, 17.
- Hendri, J. (2009). Riset Pemasaran. *Riset Pemasaran- Universitas Gunadarma*, 1.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kertamukti, R. (2010, April 12). *Iklan Media Cetak Sebagai Alat untuk Kampanye Periklanan*. Retrieved Maret 16, 2012, from Visual Communication Advertising Implication: <http://ramakertamukti.wordpress.com/2010/04/05/iklan-media-cetak-sebagai-alat-untuk-kampanye-periklanan/>
- Khazali, R. (1992). *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Knapp, D. E. (2001). *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (Vol. II). Jakarta: Penerbit PT. Prehallindo.
- Kotler, P., & Susanto, A. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Lestari, D. E. (2005). Analisis Strategi Diferensiasi Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran. *Analisis Strategi Diferensiasi Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran*, 28.
- Marsellyne. (2011). *Perancangan Media Promosi Mercia Beauty Centre di Surabaya*. Surabaya: UNIKA PETRA Surabaya.
- Masri, A. (2010). *Strategi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Mirnawati, E. (2010, November 30). *Pendidikan: Persepsi Konsumen Terhadap Suatu Produk*. Retrieved November 21, 2011, from ecimirnawati.blogspot: <http://ecimirnawati.wordpress.com/2010/11/30/persepsi-konsumen-terhadap-suatu-produk/>
- Neraca, H. E. (2011, October 30). *Harian Ekonomi Neraca*. Retrieved November 11, 2011, from *Harian Ekonomi Neraca*: <http://www.neraca.co.id/2011/10/30/industri-kecantikan-diprediksi-terbesar-se-asia-pasifik/>
- Nur, H. (2004). Pengembangan model pelayanan haji departemen agama berdasarkan prinsip reinventing government yang berorientasi pada pelanggan di kabupaten gresik. *Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga*.
- Pateda, M. (2001). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pressman, R. S. (2009). *Rekayasa Perangkat Lunak*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Priantono, H. (2008, Februari 13). *Nasional : Pink, Si Penyala Gairah*. Retrieved Maret 19, 2012, from [www.kompas.com: http://nasional.kompas.com/read/2008/02/13/16324259/Pink.Si.Penyala.Gairah](http://nasional.kompas.com/read/2008/02/13/16324259/Pink.Si.Penyala.Gairah).

- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, & Sunarto. (2007). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ries, A. (1999). *22 Immutable Laws of Branding*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyada, D. M. (tanpa tahun). [http://blog.fitk-uinjkt.ac.id/dede\\_rosyada/](http://blog.fitk-uinjkt.ac.id/dede_rosyada/). Retrieved November 16, 2011, from Wordpress: [http://blog.fitk-uinjkt.ac.id/dede\\_rosyada/.../populasi-dan-sampel-03.ppt/](http://blog.fitk-uinjkt.ac.id/dede_rosyada/.../populasi-dan-sampel-03.ppt/)
- Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu* (CETAKAN KE-2 ed., Vols. CETAKAN KE-2). Jakarta: Arte Intermedia.
- Salomon, M. R. (2000). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (5th ed.). New Jersey: Upper Saddle River.
- Saputra, I. M. (2009). *Wiryasaputra Blogspot*. Retrieved Februari 22, 2011, from USP Untuk Memenangkan Persaingan: <http://wiryasaputra.blogspot.com/2009/06/USP-unique-selling-proposition-untuk.html>.
- Sartini, N. W. (Tanpa Tahun). Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik. *Journal UNAIR-Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik* , 7.
- Sarwono, J. (2003). Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif. *Memadu Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif: Mungkinkah ?*, BAB IX.
- Setiawan, A. (2009, Desember). *Education:Persepsi Konsumen*. Retrieved November 20, 2011, from andreassetiadi blogspot: <http://andreassetiadi.blogspot.com/2009/12/persepsi-konsumen.html>
- Smallbusinessstown. (2001). The Entrepreneur's Guidebook Series. *The Entrepreneur's Guidebook Series*. Patsula Media.

- Stanton, J. W. (1991). *Prinsip Pemasaran* (7th ed., Vol. 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Stanton, W. J., Spiro, R. L., & Buskirk, R. H. (1991). *Management of a Sales Force*. Irwin.
- Start, D., & Hovland, I. (tanpa tahun). Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Kesempatan, Ancaman). *Tools for Policy Impact: A Handbook for Researchers*, 1-3.
- Sudayat, R. I. (2012). Pengertian Promosi. *Pengertian Promosi*, 1.
- Sutherland, M., & Sylvester, A. K. (2005). *Advertising and the mind of the consumer*. (S. Bangun, Trans.) Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2004). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- University, L. C. (2008, July 31). *Marketeach : Print and Outdoor Design ad Layout*. Retrieved Maret 18, 2012, from Slideshare.net: <http://www.slideshare.net/marketeach/print-and-outdoor-design-ad-layout>.
- Vazriaty, W. (2012, Maret 19). Retrieved April 19, 2012, from [www.kompas.com](http://www.kompas.com).
- Wiasti, N. M. (tanpa tahun). Jurnal Fakultas Sastra Universitas Udayana Denpasar. *Redefinisi Kecantikan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Perempuan Bali, di Kota*, 3.
- Widoyono. (2006). *Promosi Sebagai Salah Satu Upaya Dalam Pemasaran Pariwisata*.

Wijaya, S., & Chandra, G. A. (2006). Analisis Segmentasi, Penentuan Target dan Posisi Pasar Pada Restoran Steak and Grill di Surabaya. *Manajemen Perhotelan*, 77-78.

Yatim, R. (2001). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional.

STIKOM SURABAYA