

Daftar Pustaka

- Agustinus, Daniel. 2012. Analisis Preferensi Konsumen Untuk Pengembangan Iklan Televisi Produk Baru Dengan Metode Analisa Konjoin Dan Studi Kasus Pasta Gigi Remaja. Universitas Indonesia.
- Al Ries, Jack Trout. 1986. "MARKETING WARFARE", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 3 Issue: 4, pp.77-82, doi: 10.1108/eb008182
- Alexander Chernev, Gregory S. Carpenter. 2001. *The Role of Market Efficiency Intuitions in Consumer Choice: A Case of Compensatory Inferences. Journal of Marketing Research*: August 2001, Vol. 38, No. 3, pp. 349-361.
- Amelia. 2015. Analisis *Conjoint* Untuk Menentukan Preferensi Mahasiswa Matematika Fmipa Universitas Tadulako Dalam Memilih *Handphone* (HP). *Online Jurnal of Natural Science*, Vol 4 (1) : 56-64.
- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, Jerome McCarthy. 2009. Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Clancy, Kevin J. dan Robert S Schulman. 1992. *Breaking The Mold: Sales and Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Echols, John M. dan Hassan Shadily. 2005. Kamus Inggris Indonesia : *An English – Indonesian Dictionary*. Jakarta: PT Gramedia
- Erlina, 2001. Analisis Posisi Radio Swaragama terhadap Radio Yasika, Radio Geronimo, Radio Retjo Buntung, dan Radio Petra dengan Menggunakan Rating Scale dan Attitude Index. Universitas Kristen Duta Wacana.
- Fill, Chris. 1995. *Marketing Communication, Framework, Theories, and Application*. London: Prantice Hall.

- Franika, Daisy. 2013. Persepsi Audien Dalam Proses *Repositioning* Radio Keluarga ZORA 90,1 FM Menjadi Radio *Edutainment* (Studi Terhadap Komunitas Pendengar Radio ZORA 90,1 FM Bandung). Universitas Telkom.
- Ghozali dan Casstellan. 2002. Statistik Non Parametrik dan Aplikasi dengan Progam SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro
- Hair, J. F., 2010. *Multivariate Data Analysis*. In: s.l.:Prentice Hall.
- Harles Blankson and John C. Crawford *Journal of Business Research*, 2012, vol. 65, issue 3, pages 311-316
- Husein, Umar. 2010. Riset Pemasaran dan Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jonathan, Sarwono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Kasali, Rhenald. 1999. Manajemen *Public Relations*. Jakarta: Grafiti
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing* (Edisi 13). United States of America: Pearson
- Lehmann, DR. 1989. *Market Research and Analysis*. United States: R. R Donnelly & Sons Company.
- Maharani, Esti. 2001. Analisis *Positioning* Radio Colors Berdasarkan Persepsi Pendengar Terhadap Program Siaran. Universitas Airlangga Surabaya.
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Marketing Research: An Applied Approach Third European Edition*. Great Britain: Pearson Education.
- Mowen. 1995. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Karangan Sutisna.
- Peter. J Paul, dan Jerry C Olson. 2000. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

- Rambat, Lupiyoadi. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Rosalia, Naiza. 2012. Faktor – faktor Penting Daya Tarik Stasiun Radio Bagi Pendengar Radio di Kota Semarang. Semarang. Universitas Dipenogoro.
- Sekaran, Uma. 2003. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Simamora, Bilson. 2005. Analisis Multivariat Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum
- Siswanto, Felix. 2012. Analisa Preferensi Konsumen Untuk Pengembangan Wafer Samba di Jakarta. Jakarta, Universitas Esa Unggul.
- Smith, PR. dan Ze Zook. 2011. *Marketing communications: Integrating offline and online with social media*. Great Britain: Ashford Color Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran (Edisi 1). Yogyakarta: Andi
- Wijayanti, Titik. 2012. *Marketing Plan, perlukah?*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Zajonc, R. B. 1980. *Feelings and Thinking: Preferences Need No Inferences*. *American Psychologist Vol. 35 No.2: pp. 151–175*.