

Daftar Pustaka

Buku

- Aaker, & David A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Altstiel, T., & Grow, J. (2006). *Advertising Strategy (Creative Tactics From The Outside/in)*. London: Sage Publications.
- Belch, G.E., & Belch, M.A. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. Edisi kelima. New York : McGraw-Hill.
- Bungin, B. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Rajawali Press.
- Callen, B. (2010). *Managers Guide To Marketing, Advertising, and Publicity*. USA: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Durianto, Dkk. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D. (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ismiati, N. (2000). *Slogan dan Tagline Senjata Pamungkas Iklan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Knapp, D.E. (2001). *The Brand Mindset. Edisi Kedua*. (Drs. Sisnahudi, Penerjemah). Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2 (edisi 12)*. (Benyamin Molan, Penerjemah). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran: Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management. Edisi ke-14. Global Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong Gary (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 (edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Liliweri, Prof. Dr. Alo, M.S. (1992). *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*.

- Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Morriarty, S., Mitchell, N., Wells, W. (2011). *Advertising. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.(E-Books).
- O'Guinn, T., Allen, C.T., Semenik, R.J.,& Scheinbaum, A.C. 2015. *Advertising and Integrated Brand Promotion.Edisi ketujuh*. Stamford, USA: Cengage Learning.
- Prisgunanto, I. (2006).*Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Schiffman, L.G., & Kanuk. (2012). *Consumer Behaviour*. USA: New Jersey. Prentice Hall.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Supramono, & Oktavian, J. (2005). *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Siregar, I.S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS. Dalam Metode Penelitian Kuantitatif SPSS*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup.
- Susanto., & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta :PT.Mizan (E-Books).
- Sujianto, A.E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta : PT. Prestasi Pustaka.
- Sumarwan, U 2002. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal Online

- Abdillah, E. Kurnia, Derriawan, dan Djoharsyah Mx. (2019). *Pengaruh Tagline dan Celebrity Endorser Terhadap Brand awareness dan Dampaknya Terhadap Behavioural Intention Produk Kuku Bima Ener-G di Wilayah Jakarta*. Jurnal Ekonomi. Fakultas Farmasi Universitas Pancasila.
- Ballester. E., D & Aleman. J., L., M. (2005). *Does Brand Trust Matter to Brand Equity?. Journal of Product & Brand Management. University of Murcia*.
- Sari, W.Y.T. B., Kumadji, S., & Latief, W.A. (2010). *Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Mahasiswa SI Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Tahun 2009/2010 Pengguna Handphone Nokia)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Tingkir, C. F. (2014). *Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.8, No.2. Alumni Program Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Kurniawan, D. (2018). *Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan*. Jurnal Komunikasi Pendidikan, Vol.2 No.1 Mahasiswa S2 Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret.
- Chaidir, M., Prakoso, C. T., & Boer, K. M. (2018). *Pengaruh Tagline Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu di Kota Samarinda*. E-Jurnal Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
- Dhara, M., D. (2016). *Efek Tayangan Iklan ‘Garuda Indonesia Mempertemukan Rindu Yang Terpisahkan 2015’ Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Garuda Indonesia*.
- Rahardian, M.D., Andriani, K., & Ari, Irawan. (2019). *Pengaruh Tagline Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Brand awareness dan Minat Beli (Suvei Pada Mahasiswa Program Sarjana Pengguna Smartphone OPPO F3 Plus di*

- Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.*
- Mahisa, R. K., & Darwini. S. (2019). *Analisis Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Brand awareness Telepon Seluler Merek OPPO (Studi Pada Pekerja Kantoran di Kota Mataram)*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram.
- Zubaidah, C. T. (2017). *Pengaruh Tagline #ThinkPink terhadap Brand Association Bright Gas 5,5 Kg di Jabodetabek*. E-Jurnal Management. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom.
- Yulim, R. (2017). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Konsumen Shampoo Clear (Studi pada Konsumen Shampoo Clear di Bandar Lampung)*
- Darno. (2007). *Efektifitas Tagline dalam Meningkatkan Brand awareness. (Studi Pada Mahasiswa Pengonsumsi Produk Rokok, Minuman The, dan Minuman Bersoda)*. Skripsi. Universitas Negeri Malang. Tidak DiTerbitkan.
- Dasuki, H. (2017). *Pengaruh Corporate Rebranding Terhadap Loyalitas Konsumen PT Eiger Melalui Brand Association dan Reputasi Perusahaan (Studi pada UKM Pecinta Alam di Bandar Lampung)*.
- Lubis, M. B. R. (2018). *Pengaruh Tagline dan Jingle Iklan Terhadap Pembentukan Brand awareness (Studi Pada Iklan Oreo dengan Tagline “Penuh Keajaiban” dan Jingle “Bayangkan Ku Beri Oreo” di Televisi Terhadap Masyarakat di Kota Medan)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Roykhanah, S. (2018). *Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Dhaneswara, V.A. (2019). *Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bandar Lampung.

Artikel Online

Daftar Organisasi UKM Mapala Universitas di Jakarta, olahan peneliti. Sumber Data melalui: <https://astacala.org/data/>

Prawitasari (2018). Eiger anak bangsa yang memutuskan untuk lebih mengenal indonesia melalui produk luar ruang. Dikutip melalui :

<https://nationalgeographic.grid.id/read/13309584/eiger-anak-bangsa-yang-memutuskan-untuk-lebih-mengenal-indonesia-melalui-produk-luar-ruang>

Wicaksono (2018). EIGER Mantapkan Posisi Sebagai Brand *Tropical Adventure*.

Dikutip melalui : <https://phinemo.com/eiger-mantapkan-posisi-sebagai-brand-tropical-adventure/>

Susanti (2019). Ekspedisi Equatoride, Jeffrey Polnaja Bermotor Lintasi 25 Negara.

Dikutip melalui : <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/10/29/064638220/ekspedisi-equatoride-jeffrey-polnaja-bermotor-lintasi-25-negara?page=all>

Mustika (2018). Hasrat Eiger di Kancah Dunia. Dikutip melalui: <https://travel.detik.com/travel-news/d-3891175/hasrat-eiger-di-kancah-dunia>

Saputri (2018). Eiger Raih Implementasi Konten Marketing Terbaik Versi CMA 2018.

Dikutip melalui : <https://tirto.id/eiger-raih-implementasi-konten-marketing-terbaik-versi-cma-2018-cHEP>

Youtube Eiger *Tropical Adventure*. Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=Tds3N9OQwtU>

Jumlah Perguruan Tinggi di Jakarta 2013-2015

<https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/14/1839/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementrian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-provinsi-2013-2014-2014-2015.html>

Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/05/berapa-jumlah-perguruan-tinggi-di-indonesia>