

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Ekuitas Merek Edisi Indonesia*. Jakarta: Mitra Utama.
- Badudu, Yus. 1993. *Membina Bahasa Indonesia II*. Bandung: Pustaka Prima.
- Bradley, Bert E. 1981. *Fundamentals of Speech Communication: The Credibility of Ideas. Edisi ke-3*. Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown.
- Cecep, Wahyudi Hoerudin, 2014. *Mata Kuliah Umum Pengembangan Karakter: Bahasa Indonesia*. Bandung: Penerbit CV Semiotika
- Deddy, Mulyana, 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Penerbit PT RemajaRosdakarya.
- Durianto, Darmandi,dkk. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Dengan Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Budiman, dan Lie Joko. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah Media Dan Periklanan*. Bandung: Gaul Publisher.
- Johnson, Alvonco, 2014. *Partical Communication Skill*. Jakarta: Penerbit PT Alex Media Komputindo.
- Keller, Kevin Lane. 2003. *Best Practice Cases In Branding: Lessons From The World Strongest Barand*. New Jersey: Prentice Hall.
- Keraf, Gorys. 2004. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Klepner, Daniel. 1960. *Advertising Procedure*. New Jersey: Prentice Hall.
- Koperasi KPBS. 2013 – 2017. *Laporan RAT 2013 – 2017*. Pangalengan
- Onong, Uchjana Effendy, 1985. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV.
- Plesmacker, Patrick De. 2004. *Integrated Marketing Communication*. Jakarta:

Eirlangga.

Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*, Penerbit: Eirlangga.

Rd. Achmad Yoginda Zulkarnaen, 2016. *Pengaruh Jingle “Indomie Seleraku” Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Indomie Pada Kalangan Mahasiswa Program Studi Seni Musik Di Universitas Pasundan*. Skripsi S1 Seni Musik. Bandung: Universitas Pasundan.
<http://repository.unpas.ac.id/12226/1/SKRIPSI%20IGOY.pdf>

Reichert, Gene. 1972. *Advertising*. New York: Hamilton Institute.

Rusidi dan Ami Prunamawati, 2015. *Metode Penelitian, Sistematika Ulasan, dan Skripsi*. Jatinangor: Institut Koperasi Indonesia.

Sitio, Arifin dan Tamba, Holomon. 2001. *Koperasi, Teori & Praktek*. Jakarta: Eirlangga

Soehadi, W. Agus. 2005. *Effective Branding: Konsep Dan Aplikasi Pengembangan Merek Yang Sehat Dan Kuat*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.

Salomon, Michael R. 2004. *Consume Behavior: Buying, Having, dan Being*. New Jersey: Pearson Education

Sudjana. 1996. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

Sutherland, Max dan Sylvester, Alice K. 2004. *Advertisicing and The Mind of The Consumer: What Works, What Doesn't and Why*. London: Kogan Page.

Undang – Undang RI No 25. 1992. *Tentang Perkoperasian*. Jakarta: Depkop

Zulianto, Eko. 2010. *Analisis Pengaruh Penggunaan Tagline dan Persepsi Konsumen Dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk*. Skripsi S1. Ekonomi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

<related:repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/729/1/93717>

[Eko%20Zulianto-FEB%20%28Tidak%20ada%20data%20%29.pdf](#)