

DAFTAR PUSTAKA

- Bella dan Wiryawan 2019. Prediksi Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Chatime *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume 1 No. 2 Hal: 126-132
- Buchari, Alma. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haryanto, Agni, 2021. Memahami dan Menerapkan *Co-branding* Strategy. <https://www.jojonomic.com/blog/Co-branding-strategy/> (diakses pada 20 Maret 2020)
- <https://chatime.co.id> (diakses tanggal 12 Maret 2022)
- https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Chatime (diakses pada 12 Maret 2022)
- Keller, Kevin. Lane. 2013. *Strategic Brand Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity* Global Edition. In Pearson Education, Inc., © 2013 (4th ed.). England: Pearson.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin. Lane. 2012. *Marketing Mangement*
- Kotler, Philip And Gary Amstrong, 2012. *Principles Of Marketing* . New Jersey: Pearson
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. (Edisi ke-13)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT Indeks

- Leonita. 2012. Analisis Sikap Konsumen pada strategi *Co-branding* Walls Buavita. Skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Kekhususan Pemasaran Universitas Indonesia
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Mccarthy, Kelly And Samantha Von Hoene. 2014. *Co-branding: A Sweet Business Strategy*. San Fransisco, Sideman & Bancroft.
- Meuthia Febrian, Sally. 2018. *Pengaruh Brand Awarness Terhadap Keputusan Pembelian Proudck Zara (Studi Kasus Pada Konsumen Zara Sun Plaza Medan)*
- Moelong, Lexy. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakary
- Nupriyanti, Vika 2016. Pengaruh Kinerja *Co-branding* Terhadap Keputusan Pembelian” *Junal Of Business and Entrepreneurship Education* Volume I, Number 1, Hal. 98-114
- Nur Hakim, Imam 2020. Bagaimana Mengukur Efektifitas *Co-branding Wonderful Indonesia* : Studi Konseptual *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 14 (1) (2020)
- Saputra Dalimunthe, Haji. 2021. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Chatime Cabang Berastagi Gatot Subroto Medan)
- Septin, Tri. 2016. Strategi *Co Branding* Untuk Meningkatkan Ekuitas *Merk*. <http://portalgaruda.org> (diakses pada 20 Maret 2020)
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi
- Sujarweni V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Perpustakaan Press
- Sujarweni V.Wiratna. dan Endrayanto. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yolanda, Dina. 2017. Pengaruh *Co-branding* Terhadap Keputusan Pembelian *Laptop Berlogo Intel Inside* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara