

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Beverland, Michael (2018). *Brand Management : Co-creaing Meaningful Brands*. Edisi : SAGE
- Keller , Lane, K., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management : Building Measuring and Managing Brand Equity*. Edisi V : Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. United States: Pearson Education, Inc
- Primasanti, Yunita. 2022. *Brand Marketing : The Art Of Branding*, Media Sains Indonesia, Kota Bandung
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal

- Anjarwati, Ridwan & Retnaningsih. (2019). *Brand Image, Co-Branding, Customer Sastifaction Influences Toward Purchase Intention of Haji Bailout Multipurpose by Perceived Value and Brand Preference Variabeles as Intervening Variables in People Credit Bank Jombang*. *Jurnal Archives of Business Research*, Vol.7 No.7 , 399.
- Budiarti, L., & Wijayanti , R. (2023). Pengaruh Strategi *Co-Branding* terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Accounting Vol 6, No.1* , 50-53.
- Erlangga, I., Ikhbal., & Kinasih (2023). Pengaruh Tren Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor di Online Shop Pekanbaru. *Jurnal Pemasaran Vol.2 No.1*, pp.69-71.
- Kusuma, Kusuma, M., & Subari, F. (2021). Pengaruh *Co-Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coklat. *Jurnal Vo.72 No.1*, 7-9.
- Nupriyanti, V. &. (2016). Pengaruh Kinerja *Co-Branding* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Of Business Management Education*, 100-116.
- Pramiawati, N. L. & Aulia, P. (2022). Pengaruh Strategi *Co-Branding* Produk Susu UHT Cimory Rasa Biskuit Marie Regal Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi Vo.6 No.2* ,pp. 793-795.
- Qorie, I. (2023). Pengaruh *Co-branding* Dear Me Beauty X KFC Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora, Vol.1, No.4 November 2023*

- Rizkiana, Rizkiana , R., & Karsono, L. (2023). *Co-Branding Serum Azarine X Marvel Terhadap Purchase Intention. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.1 No.3* , 5-7.
- Syarifah , N. (2022). Pengaruh *Co-Branding* Yupi dan Dear Me Beauty Terhadap Brand Equity Produk Kosmetik Dear Me Beauty. *Commercium, Vol.05 No.02* , 23-24.

Publikasi Online

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/05/> (diakses pada Desember 2023)

<https://apji.or.id/berita/d/apji-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (diakses pada Februari 2024)