



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Geraldine Michel. The Art OF Successful Brand Colaborations. 2020 London: Routledge

Hermanto. Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. 2019. Surabaya: Jakad Publishing

Uma Sekaran. 2017. Metode Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat

Indrasari, Meithiana. Pemasaran & Kepuasan Pelanggan 2019. Surabaya: Unitomo Press

Husein Umar. 2019. Metode Riset Manajemen Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P. & Armstrong, g (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education

Jurnal:

Brama Kumbara V. Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. J Ilmu Manaj Terap 2021;2:604–30. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>.

Butar DKMB, Wardhana A. Pengaruh Hollywood Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pada Sepatu Brand Adidas (studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012 Kelas A). EProceedings Manag 2016;3:1754–8.

Dewi F Rahayu L, Safitri U. PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). EKOBIS J Ilmu Manaj Dan Akunt 2020;8:14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



Hakim IN. Bagaimana Mengukur Efektifitas *Co-branding* Wonderful Indonesia: Studi Konseptual. J Kepariwisataan Indones J Penelit Dan Pengemb Kepariwisataan Indonesia 2020;14:21–37. <https://doi.org/10.47608/jki.v14i12020.21-37>.

Handayani J, Deriawan D, Hendratni TW. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. J Bus Bank 2020;10:91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>.

Sunandar, Galuh Herika. PENGARUH CO-BRANDING TELKOMSEL – GARENA FREEFIRE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TELKOMSEL TINGKAT PELAJAR DIBANDAR LAMPUNG. 2019

Kembali B, Kenangan K. Pengaruh citra merek dan promosi penjualan terhadap minat beli kembali kopi kenangan 2021:1–13.

Listiani, Pengaruh *Co-branding* Cornetto dan Oreo Terhadap Brand Equity Es Krim Merek Cornetto Disc Oreo (Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo Yang Mengkonsumsi Es Krim Merek Cornetto Disc Oreo).

Miati I. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). Abiwara J Vokasi Adm Bisnis 2020;1:71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>.

Musay P, Administrasi FI, Brawijaya U, Perusahaan C, Pemakai C. Brand image purchase intention. J Adm Bisnis 2013:2,3.



Norhermaya, Y.A & Soesanto, Harry. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang. 2016.

Nugroho R. Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Loyalitas 2010.

Nurpriyanti V, Hurriyati R. Pengaruh Kinerja *Co-branding* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mini Market Penjual Es Krim Wall's Selection Oreo di Kecamatan Cikajang - Garut). J Bus Manag Educ 2016;1:100–16. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2281>.

Pertiwi, Inten. Inovasi Design Produk dan Kemasan Melalui Kolaborasi Kreatif Brand Kosmetik Dengan Produsen Makanan J Ilm MEA 2022;6:789–808

Pramiawati AW, Aulia P. Pengaruh Strategi Co- Branding Produk Susu UHT Cimory Rasa Biskuit Marie Regal Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Bandung. J Ilm MEA 2022;6:789–808.

Pratama R, Widjajanta B, Razati G. *Co-branding* Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image. Strateg J Pendidik Manaj Bisnis 2019;17:9. <https://doi.org/10.17509/strategic.v17i1.17531>.

Saputra ST, Kadarisman H, Sunarti. pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pengguna Iphone. J Adm Bisnis 2017;50:85–95.

Septin, Tri. Strategi *Co-branding* Untuk Meningkatkan Ekuitas Merk. 2009.



Yuniarti RD, Aprianti RS. PENGARUH IN STORE DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BERKARBONASI COCA-COLA (Survei pada Konsumen di Carrefour Paris Van Java Sukajadi Bandung). *Strateg J Pendidik Manaj Bisnis* 2009;9:68. <https://doi.org/10.17509/strategic.v9i1.1059>.

Zaman, Bias Nuruz. ANALISIS PENGARUH CO-BRANDING ARSENAL TERHADAP IKATAN EMOSIONAL SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS NASABAH. 2017.

Jarak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.