

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A. B Susanto, Himawan Wijarnako. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta. Mizan
- Aaker, David. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta.
- Aaker, David. 2004. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek dan Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta. PT.Gramedia.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenadamedia.
- Cangara, Harfied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto, Joko Budiman. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Pengembangan Merek dan Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Efendi, Onong Uchajana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Frendy. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta. Salemba
- Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika*. Bandung : Refika Aditama
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management* edition 14. New Jersey : Prentice Hall.
- Purba , Amir. 2006. *Pengantar Komunikasi*. Medan : Pustaka Bangsa.

Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brands* edisi kedua. Jakarta : PT.Gramedia.

Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Peneliti Bisnis*. Jakarta : Salemba.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* edisi 4. Jakarta : Salemba.

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.

Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama.

Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaram* edisi ketujuh. Jakarta : Gelora Aksara Pratama.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Tindakan*. Bandung : PT. Refika Aditama.

Sunyoto, Suyanto. 2011. *Analisis Regresi Untuk Uji Hipotesis*. Yogyakarta.

Susanto dan Hilman Wijarnako. 2004. *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta. PT Mizan Republika

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran* edisi pertama. Yogyakarta : Andi Ofset.

JURNAL

- Alba, Joseph W & Hutchinson. 1987. *Dimension of consumer expertise. The Journal of Consumer Research*. University of Chicago
- Ballester, Elena Delgado & Espalardo. 2008. *Building Online Brands Through Brand Alliance in Internet. European Journal of Marketing, Volume 42 Issue 9*.
- Buana, Dwianto Marti Aji. 2009. Pengaruh *Co-Branding Terhadap Brand Equity (Study Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia)*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume X No.1 2009*.
- Dickinson, Sonia & Alison Barker. 2007. *Evaluating of Branding Alliance Between Non Profit and Commercial Brand Partners: The Transfer and Effect. International Journal of Non Profit and Voluntary Sector Marketing, Volume 12, Issue 1 2007*.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 5 & 7*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hidayati, Siti. 2006. *Kajian Operasional E-money*. Jakarta : Bank Indonesia.
- Lucas, Henry C. 2009. *Information Technology for Management*. Switzerland.
- Kotler, Philip & Armstrong, Grey. 2010. *Principle of Marketing*. New Jersey : Pearson.
- MR, Tri Septin. 2008. *Strategi Co-Branding Untuk Meningkatkan Ekuitas Merek*. *Jurnal Media Ekonomi, Volume 8 No.1*.
- Suzianti, Amalia. 2015. *Perancangan Roadmap Produk dan Teknologi pada Uang Elektornik Chip-based di Indonesia*. Universitas Indonesia.

Tjandra, Elvi Anggraeni dkk. 2013. Hubungan Antara Komponen Kognitif, Afektif, Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet. Universitas Tarumanegara, Jakarta.

Washburn & Till, Priluck. 2000. *Co-branding and trial effect*. Bowling Green State University. USA

SKRIPSI

Aqeel, Zara. 2017. *Impact of Co-branding and brand equity: A study of Telecom sector in Pakistan*. Bahauddin Zakariya University, Pakistan.

Khasanah, Imroatul. 2013. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Semarang. Universitas Negeri Semarang.

Kharis, Ismu Fadli. 2011. Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online. Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang

Kinasih, Roro Sumbodro. 2014. Pengaruh *Co-branding* terhadap *Brand Equity* Hotel Ibis Pada Studi Kasus di Hotel Slipi Jakarta. Universitas Telkom, Bandung.

Kurniawan, Arif dkk. 2013. Pengaruh Strategi *Co-branding*, *Brand Equity* Terhadap *Purchase Intention* melalui Brand Preference.

Lin, Yi Chin. 2013. *Evaluation of cobranded hotels in the Taiwanese market: the role of brand familiarity and brand fit*.

Listiani, Rini dkk. 2018. Pengaruh *Co-branding* Cornetto dan Oreo Terhadap *Brand Equity* Cornetto Disc Oreo.

Oke, Adunola Oluremi. 2016. *Analysis of Co-branding Impact on Parent Brand Equity*. Nigeria.

Wulandari, Rezkiani Davinza. 2016. Pengaruh *Co-branding* Terhadap Ekuitas Merek Produk Rinso Molto Ultra di Bandar Lampung. Universitas Lampung.

Vivaldi, Aditia. 2013. Pengaruh *Co-branding* Kartu Debit & Kredit Bank BNI Terhadap *Brand Equity*. Universitas Telkom, Bandung.

Warraich, Usman Ali. 2014. *Effect of Co-branding on Brand Equity*.

Winatapraja, Nabila. 2013. Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Donat J.Co Donuts & Coffe di Manado Town Square. Universitas Sam Ratulangi, Manado.

Zaman, Bias Nuruz. 2017. Anaalisis Pengaruh *Co-branding* Arsenal Terhadap Ikatan Emosional Serta Implikasinya Pada Loyalitas Nasabah. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Sumber Internet :

<https://www.facebook.com/GrabID/>

<https://www.OVO.id>

<https://www.youthmanual.com>

<https://www.shopback.co.id>

<https://www.liputan6.com>

<https://www.cnbcindonesia.com>

<https://www.tribunnews.com>