

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Chatime.....	2
Gambar 1. 2 Logo Sasa.....	3
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Industri F&B pada Tahun 2011 – 2022.....	7
Gambar 1. 4 Minuman Terpopuler di Indonesia.....	10
Gambar 1. 5 Top Brand Indeks Sasa.....	12
Gambar 1. 6 <i>Co-Branding</i> Chatime-Sasa.....	12
Gambar 1. 7 Platforms Media Sosial Paling Banyak Diunduh Tahun 2021.....	14
Gambar 1. 8 Tanggapan Negatif Konsumen terhadap <i>Co-branding</i> Chatime – Sasa.....	15
Gambar 2. 1 Tahapan Proses Pemaknaan Pesan pada Teori Osgood.....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3. 1 Paradigma Sederhana.....	42
Gambar 3. 2 Garis Kontinum.....	55
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin yang Sering Menggunakan <i>Social Media</i> .....	62
Gambar 4. 2 Penduduk di Indonesia Terbanyak Berdasarkan Provinsi.....	64
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Dimensi <i>Reputation</i> .....	68
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Dimensi <i>Product Fit</i> .....	71
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Dimensi <i>Trust</i> .....	74
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Dimensi <i>Attitude Toward Co-Branding</i> .....	75
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Dimensi <i>Familiarity</i> .....	78
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Variabel <i>Co-Branding</i> .....	80
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Dimensi <i>Brand Awareness</i> .....	82
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Dimensi <i>Perceived Quality</i> .....	84
Gambar 4. 11 Garis Kontinum Dimensi <i>Brand Association</i> .....	85
Gambar 4. 12 Garis Kontinum Dimensi <i>Brand Loyalty</i> .....	87
Gambar 4. 13 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Equity</i> .....	88
Gambar 4. 14 Uji P-Plot.....	91
Gambar 4. 15 Uji Scatterplot.....	92