

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. (1991). *Manajemen Ekuitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Mitra Utama.
- Ahyar, H., Sukmana, D. J., & Andriani, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*.
- Ballester, E. D., & Espallardo, M. H. (2008). *The Effects of Brand Alliances on New Online Brands*.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)* (2nd ed.).
- Dickinson, S., & Barker, A. (2007). Evaluations of branding alliances between non-profit and commercial brand partners: the transfer of affect. *Journal of Philanthropy and Marketing*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/nvsm.291>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/166053/slug/metode-riset-penelitian-kuantitatif-penelitian-di-bidang-manajemen-teknik-pendidikan-dan-eksperimen.html>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. PT Refika Aditama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Pretince Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Manegement (13th ed.)*. Pearson International Edition.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). PANDIVA BUKU.
- Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Jakad Media Publishing.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian*.

- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding : Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV PUSTAKA SETIA.
- Raihan. (2017). *Metodologi Penelitian*.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Setiawan, B. (2015). *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis dengan SPSS* (1st ed.). ANDI.
- Shimp, T. A. (2007). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. University of South Carolina.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Soesilo, T. D. (2019). *Ragam dan Prosedur Penelitian Tindakan*. Satya Wacana University Press.
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian* (E. Mulyatiningsih (ed.)). CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (19th ed.). CV ALFABETA.
- Sugiyono, P. . D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono, P. . D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (M. P. Setiyawami, S.H. (ed.)). Alfabeta, cv.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia* (1st ed.). CV ANDI OFFSET.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda (ed.)). Citapustaka Media.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. In *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila*.
- Winarsunu, T. (2017). *Statistika dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan* (8th ed.). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (4th ed.). Kencana.

Jurnal

- Ade, H. (2020). *Hipotesis Penelitian*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>
- Gunarto, M. (2017). Tranformasi Data Ordinal Ke Interval Dengan Method of Successive Interval. *Researchgate.Net, April*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30002.20162>
- Shafitri, S., & Anggraeni, T. (2020). Analisa Strategi Co-Branding Smitten by Pattern Pada Sebelum dan Selama Pandemi COVID-19. *Journal Komunikasi, 11(2)*. <https://ejournal.si.ac.id/ejournal/index.php/jkom/index>
- Hendriyati, L., & Santoso, I. B. (2021). Strategi Pemasaran Food and Beverage Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cavinton Hotel Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Tourism and Economic, 4(1)*, 60–72. <https://doi.org/10.36594/jtec.v4i1.111>

Skripsi

- Fernandha, R., Yaningwati, F., & Azizah, D. F. (2017). *TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN (Survei pada Wisatawan Taman Rekreasi Selecta , Kota Batu)*. 43(2).
- Monika, C. (2021). *Pengaruh Program Membership Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Chatime Bandung*. Telkom University.
- Listiani, Ri. (2017). *Pengaruh Co-Branding Cornetto Dan Oreo Terhadap Brand Equity Es Krim Merek*.
- Wulandari, R., Ekowati, T., & P, M. G. (2019). *PENGARUH STRATEGI CO-BRANDING TERHADAP EKUITAS MEREK (Studi Pada Konsumen Rinso Molto di Purworejo)*.

Internet

- 10 Brand Minuman kekinian yang Paling Digemari Masyarakat*. (2021). Populix. <https://www.info.populix.co/post/10-brand-minuman-kekinian-yang-paling-digemari-masyarakat>
- Andina, Y. (2020). *Kenapa Ada Warna Merah, Oranye, dan Kuning di Logo Makanan?* Kreativv.Com. <https://kreativv.com/logo-makanan/view-all/>
- Awalia, M. (2020). *Collaboration Branding (COBRANDING) - BAHASA INDONESIA*. <https://youtu.be/Co5B1EjOsqY>
- Chatime[Bubble Tea]*. (2020). Pergikuliner.Com. <https://pergikuliner.com/restaurants/chatime-buah-batu/menu>
- Finaka, A. W. (2019). *Yuk, Kenalan dengan Millenial Indonesia!* Indonesiabaik.Id. <https://indonesiabaik.id/infografis/yuk-kenalan-dengan-millennial-indonesia>
- Fitriani, E. D. (2021). *Tingkatkan Kualitas, Sasa Inti Optimalkan Fortifikasi Produk*. <https://food.detik.com/berita-boga/d-5615922/tingkatkan-kualitas-sasa-inti-optimalkan-fortifikasi-produk>
- <https://chatime.co.id/>

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

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Bon%20Cabe

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=sasa

Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan. (2017).
<https://www.kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>

Karina. (2020). *Regresi Linear Sederhana.*

Karjono, A., & Wijaya. (2017). Analisis Pengaruh ROE, DER dan TATO Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015. *Esensi*, 20(2), 117–141.

Kelompok Usia. (n.d.). Sepaatwiki. https://sepaatwiki.bappenas.go.id/wiki/Kelompok_Usia

Muh. Ariffudin I. (2014). *ANALISIS PENYUSUNAN TAGLINE PADA PRODUK BUBBLE TEA 'CHATIME.'*

Mediaindonesia.com. (2019). Kelezatan, sasa terus berinovasi pertahankan kualitas menyajikan. *Media indonesia.* <https://mediaindonesia.com/humaniora/243929/sasa-terus-berinovasi-pertahankan-kualitas-menyajikan-kelezatan>

Mutiah, D. (2021). Kolaborasi Sasa dan Chatime Luncurkan 2 Varian Minuman Kekinian. *Liputan6.Com.* <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4587566/kolaborasi-sasa-dan-chatime-luncurkan-2-varian-minuman-kekinian>

Ourstory.id. (2020). *Sejarah Waralaba Chatime, "Starbucks Dari Asia."*
<https://ourstory.id/sejarah-waralaba-chatime-starbucks-dari-asia/>

Saputra, D. (2021). *LPEM UI: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2021 Diproyeksi Capai 3,8 Persen.* *Bisnis.Com.*
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20211102/9/1461362/lpem-ui-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2021-diproyeksi-capai-38-persen>

Raharjo, S. (n.d.). *Panduan Uji Heteroskedastisitas dengan Gambar Scatterplots SPSS.*
<http://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-heteroskedastisitas-scatterplots.html>

Sahid, R. (n.d.). *Cara Melakukan Analisis Korelasi Bivariate Pearson dengan SPSS.*
<http://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-korelasi-dengan-spss.html>

Septin, T. (2017). *Strategi Co-Branding untuk Meningkatkan Ekuitas Merk.*

Siregar, B. P. (2019). *Chatime Akan Tambah 16 Gerai hingga Akhir 2019.*
https://www.wartaekonomi.co.id/read255201/chatime-akan-tambah-16-gerai-hingga-akhir-2019?__cf_chl_jschl_tk__=pmd_VFnWX_J3V7C8XacmCk8vItgQXmWu2NRakpbWU2UnHm0-1634902843-0-gqNtZGzNAICjcnBszQkl

Tinambunan, E. C., Syahra, A. F., & Hasibuan, N. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Milenial Terhadap Boba vs Kopi di Kota Medan. *Journal of*

Business and Economics Research (JBE), 1(2), 80–86.

Utami, S. N. (2021). *Jangan Tertukar, Ini Pengertian Generasi X, Z, Milenial, dan Baby Boomers*. Kompas.Com. <https://bit.ly/3g85pkA>%0AiOS: <https://apple.co/3hXWJ0L>

(Dukcapil: Jumlah Penduduk Indonesia 272,23 Juta Jiwa Pada 30 Juni 2021, n.d.)