

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. New York: Free Press
- Aaker, David A. (2011). *Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*. Boston: Jossey-Bass
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105-114
- Ayu, N. L. P. A. W., Pramiawati, W., & Aulia, P. (2022). Pengaruh Strategi Co-Branding Produk Susu Uht Cimory Rasa Biskuit Marie Regal Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 789-808.
- Cravens, David. W. (2000). *Strategic Marketing*. Nort America. McGraw-Hill Education.
- D'Mugi, et. all.(2018). Pengaruh Co-Branding Terhadap Purchase Intention dan Keputusan Pembelian(Studi Pada Konsumen Wall's Selection Oreo di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 63 No. 1 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Ghealita, V. (2015). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian AMDK merek Aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung). *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 4(1).
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, Druv & Michael, Levy. 2016. *Markeitng*. New York. McGraw-Hill Education
- Hunt, C. Shane; John, E. Mello. 2015. *Marketing*. New York. McGraw-Hill Education
- Keller & Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. United States of America: Pearson Education Limited.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin L.(2009).Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran M.M. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- La Toya, et. All. (2023). Co-Branding As a Masstige Strategy For Luxury Brands; Desirable Or Not?. *Journal of Business Research*. 158 113704. www.elsevier.com/locate/jbusres
- Malau, Harman Ph.D.(2017). Manajemen Pemasaran;Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung. Alfabeta.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen kfc kawi malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Prajanti, S. D. W. (2019). Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality and Price Through Purchase Motivation. *Journal of Economic Education*, 11.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46. 114.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126- 8137.
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald'S Di Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 102-108.
- Sadat, Andi M. (2009). *Brand Belief*,Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono.2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Kedua. Bandung: Alfabeta
- Suryani, Tatik. (2008). Perilaku Konsumen.Yogyakarta. Graha Ilmu
- Sumarwan, Ujang, M.Sc. (20011). Perilaku Konsumen;Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor. Ghalia Indonesia
- Sri Rezeki & Astri Wulandari. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Chatime(Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom 2016) .

Yu-Ting Teng & Kai-Ping Huang. The Effect Of Brand Awareness On Consumer's Intention -a Study Of Streaming Media. International Journal of Organizational Innovaton. 2022-1270 IJOI <https://www.ijoi-online.org/>

Wardhana, Aditya, et al. (2019). Riset Pemasaran. Bandung: Anugrah Adi Cipta

Wardhana, Aditya, et al. (2022). Brand Marketing, The Art Of Branding. Bandung. Media Sains Indonesia.

INTERNET

Dilansir dari laman resmi Chatime <https://chatime.co.id/aboutus> Diakses 11 Maret 2023 pukul 14.07

Dilansir dari ensiklopedia bebas <https://id.wikipedia.org/wiki/Chatime>. Diakses Maret 2023

Fauzan, Rizki Muhammad. 2022. Chatime Kembali Luncurkan Minuman Bt21 Dengan Merchandise <https://www.kompas.com/chatime-kembaliluncurkan-minuman-bt21-dengan-merchandise?page=all>. Diakses 11 maret 2023 pukul 14.02

Febriana, Monika. 2022. Hadir Lagi! Chatime Bt21 Siapkan Menu Minuman Segar Baru Dan Merchandise Khusus (<https://kumparan.com/kumparanfood/hadir-lagi-chatime-bt21-siapkan-menu-minuman-segar-baru-dan-merchandise-khusus>) Diakses 8 Februari 2023 pukul 09.41

Lestari, Afriani. 2022. Fenomena Korean Wave Di Indonesia, Bisakah Indonesia Mengalahkannya? (<https://www.kompasiana.com/afriani/lestari/fenomena-korean-wave-di-indonesia-bisakah-indonesia-mengalahkannya?>). Diakses pada 24 Januari 2023 pukul 13.31 WIB

Pahlevi, Reza. Indonesia Pasar Minuman Boba Terbesar di Asia Tenggara (<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/indonesia-pasar-minuman-boba-terbesar-di-asia-tenggara>). Diakses 24 Januari 2023 pukul 13.41 WIB

Top Brand Award. 2022 (<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>). Diakses 22 februari 2021 pukul 15.16

Wulan. 2022. Banyak Dicari, Chatime Kembali Hadirkan Merchandise Bt21 Terbaru (<https://cerdasbelanja.grid.id/read/banyak-dicari-chatime->

kembali-hadirkan-merchandise-bt21-terbaru?) Diakes 8 Februari 2023
pukul 09.39