

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, B. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Clow, Kenneth E., & Baack, D. 2016. *Integrated Advertising. Promotion, and Marketing Communication 7th edition*. England: Pearson.
- Dickinson, S., & Barker, A. 2007. *Evaluations of Branding Alliances Between Non-Profit and Commercial Brand Partners: The Transfer of Affect, International Journal of Non-Profit and Voluntary Sector Marketing*.
- Fuad, A., & Nugroho, S. K. 2014. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Araska.
- K. Yin, R. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, P., & Keller, K. 2016. *Marketing Management Edisi 15*. Pearson: Global Edition.
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., & Lane, K. 2010. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Erlangga.
- Krisyantono, R. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tiptajono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Ke-4*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Jurnal:

- Ballaster, Delgado, E., & Hernandez-Espallardo, M. 2008. *Build Online Brands Through Brand Alliances In Internet. European Journal of Marketing*. Vol. 42 No. 9.
- Huertas-Gracia, Ruben, Lengler, Jorge & Consolacion-Segura, C. 2017. *Strategi Co-Branding Terkait Dengan Periklanan dan Penyesuaian Antara Brand dan*

- Tujuan Perusahaan. Universitas Barcelona, Spanyol. Jurnal Produk dan Brand Manajemen, Vol. 26 No. 2.
- Linanjung, M. A. P. 2020. Implementasi Kebijakan *Co-Branding* Jogjamark, 100% Jogja dan Tradisi Jogja Provinsi Daerah Istimewa Jogjakarta. Universitas Diponegoro. Jurnal Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 9 No. 4.
- Pratama, R., Widjajanta, B., & Razanti, G. 2017. *Co-Branding* dan Pengaruhnya terhadap *Brand Image*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rahayu, T. S. M. 2010. Strategi *Co-Branding* Untuk Meningkatkan Ekuitas Merek. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Raissa, D. A. 2019. *Co-Branding Wonderful* Indonesia Dengan Garuda *Food* India. Universitas Jember.
- Saromastiti, E. N., & Vardhani, N. K. 2018. *Co-Branding Online Food Delivery*: Perubahan Bisnis Wisata Kuliner Lokal Khas Jogja. Universitas Padjajaran. Jurnal Adminitrasi dan Kewirausahaan Vol.3 No. 3.

Online:

- Egi, P. 2021. Indonesia Coffee Event 2021 Digelar Secara Virtual Selama 3 Hari!. Diakses pada 31 Agustus 2021, dari <https://www.side.id/dn/indonesia-coffee-event-2021-digelar-secara-virtual-selama-3-hari>
- Nurul. A. 2021. "Indonesia International Coffee Expo Digelar Oktober 2021". Diakses pada 26 Januari 2022 <https://tribunjogjatravel.tribunnews.com/2021/03/14/indonesia-international-coffee-expo-digelar-oktober-2021?page=all>
- Instgaram. Profil Raga Kopi. Diakses pada 1 Agustus 2021, dari <https://www.instagram.com/ragakopi/>
- Instgaram. Profil Tanah Lokal. Diakses pada 29 Agustus 2021, dari https://www.instagram.com/tanah_lokal/
- Instgaram. Profil Janjian Coffee. Diakses pada 29 Agustus 2021, dari <https://www.instagram.com/janjiancoffee/>
- Instgaram. Profil Rumah Toean. Diakses pada 29 Agustus 2021, dari <https://www.instagram.com/rumahtoean/>
- International Coffee Organization Blog. (2016, 18 Oktober). ICO's Executive

Director delivers opening remarks at the Sustainable Coffee Event in Indonesia. Diakses pada 11 Agustus 2021, dari <https://icocoffeeorg.tumblr.com/post/151982429940/icos-executive-director-visits-indonesia>