

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A. (2021). 22 *Rekomendasi Barbershop di Bandung*. Diakses pada 8 Maret 2022, dari <https://www.infobdg.com/v2/22-rekomendasi-barbershop-di-bandung-update/>
- Arisandi, D., & Pradana, M. N. R. (2018). Pengaruh penggunaan social media terhadap brand awareness pada objek wisata di kota Batam. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 109-116.
- Armstrong, G., Kotler, P. (2004). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson/Prentice Hall.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure : Chapter in the History of American Industrial Enterprise*. Chambridge: The MIT Press.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (8 ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- David, R. F. (2006). *Manajemen Strategis Edisi 10*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Fahrezal, E. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, dan Pengaruhnya pada Terbentuknya WORD OF MOUTH di Barbershop Kota Semarang. Universitas Dian Nuswantoro. URL : <http://dinus.ac.id/>
- Hardani, Andriani, H., & Ustiawaty, J. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Dubois, B. (2016). *Marketing Management, 15e édition*. New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, A. (2015). *Pengaruh Komponen Brand Equity Terhadap Purchase Intention Pada Smartphone Merek Blackberry* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Maulana, A., Prahalad, C. K., Hamel, G. (1995). *Kompetisi masa depan. Indonesia: Binarupa Aksara*.
- Nishom, M. (2019). Perbandingan Akurasi Euclidean Distance, Minkowski Distance, dan Manhattan Distance pada Algoritma K-Means Clustering berbasis Chi-Square. *Jurnal Informatika*, 4(01), 20-24.
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Universitas Brawijaya Press.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Saragih, M. G., Saragih, L., Purba, J. W. P., & Panjaitan, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar-Dasar Memulai Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.

- Social Blade. (2022). *Engagement Rate*. Diakses pada 13 Januari 2022, dari <https://socialblade.com/>
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. (Edisi 1). Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Andi.
- Paul Peter dan Jerry C. Olson 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research an Applied Approach*. Pearson.
- Pearce, R. M. (2008). *Manajemen Strategis 1* (ed. 10) Koran. Penerbit Salemba.
- Pearce, J.A., & Robinson, R. B. (2008). *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat. (Edisi 10). Jakarta: Indonesia: Salemba Empat.
- Qolbi, M. F., Praptono, B., & Hadi, R. M. E. (2021). Perancangan Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Qspm (studi Kasus: Idaman Busana Bandung). *eProceedings of Engineering*, 8(5).
- Yudiatma, F., & Triastity, R. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Arfa *Barbershop* di Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(3).
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta, Indonesia: CV. Andi Offset.