

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Mitra Utama.
- Admin. (2023, June 12). *Prospek Bisnis Barbershop di Indonesia Semakin Berkilau*. Studio Potong. <https://studiopotong.com/prospek-bisnis-barbershop-di-indonesia-semakin-berkilau/>
- A.Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Dabner, D., Stewart, S., & Vickress, A. (2014). *Graphic design school: the principles and practice of graphic design*. John Wiley & Sons.
- Erpurini, Wala, Irfan Kurnia Ramadhan, and Suci Indahsari. "Strategi promosi digital dalam menarik minat beli konsumen PT Sinverho Energi Indonesia." *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 2.1 (2023): 95-107.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fatihudin, Didin, and Muhammad Anang Firmansyah. "Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan." (2019).
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: IKAPI.
- Hahury, Raissa Mandy Shan, and Anang Tri Wahyudi. "Analisa Pengaplikasian Teori Warna Dan Penggunaan Siluet Dalam Desain Karakter." *Jurnal DKV Adiwarna* 1 (2022): 14.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, et al. *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books, 2022.
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104-114.
- Heryanto, T., & Prabawa, B. (2020). Perancangan Strategi Desain Untuk Brand Ien's Handcraft. *e-Proceeding of Art & Design : Vol.7, No.2*, 2503-2526.
- Kotler, K., & Keller, K. L. (2015). *Teori Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Prabawa, B., & Swasty, W. (2015). Applying Strategic Design to Build Brand Value And Corporate Innovation. *Bandung Creative Movement*, 177-187.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi." *Jurnal Common* 3.1 (2019): 71-80.
- Putra, R. W. (2021). Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan. Penerbit Andi
- Ramadhayanti, Ana. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan." *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen* 8.1 (2021): 94-103.
- Sabila, Aqila Sofwatun. *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA PLATFORM INSTAGRAM TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN*. Diss. Universitas Islam Indonesia, 2023.
- Santoso, Prasetya Yoga. "Transformasi Integrated Marketing Communication Di Era Digital." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 1.2 (2018): 313-326.
- Soedarso, N. (2014). Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada. *Humaniora*, 5(2), 561-570.
- Soewardikoen, D. W. (2019). Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual. PT Kanisius.
- Soewardikoen, D. W. (2021). Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual—Edisi Revisi. PT
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.
- Sugiyama, K., & Andre, T. 2011. The dentsu way. McGrawHill.
- Swasty, Wirania. (2016). Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Taqwin, Ahmad. "TRADISI POTONG RAMBUT GIMBAL DALAM KEHIDUPAN SOSIAL MASYARAKAT DESA TLOGOJATI." 137.
- Team, W. (n.d.). Bisnis barbershop, bukan cuma urusan pangkas rambut. Wellcode Global 2024. <https://insight.wellcode.io/tren-bisnis-barbershop>
- Tjiptono Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Umara, Bayu. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Word of Mouth Menggunakan Jasa Barbershop dengan Dimediasi oleh Variabel Kepuasan Konsumen pada Barbershop di Bandar Lampung." (2017).

Widoyoko, Eko Putro. 2014. Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelaja

Zainudin, Ahmad. "Tipografi." Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik (2021): 1-131.

Zharandont, P. (2015). *Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologis manusia*. Bandung: Universitas Telkom.

LAMPIRAN