

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker dalam Sangadji dan Sopiah (2013). (2013). PENGERTIAN MEREK. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Arikunto, S. (2013). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Chandra. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Andi.
- Ferdinand. (2014). METODOLOGI PENELITIAN. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ferrinadewi, 2008:166. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Anisis Multivariate degan Program IBM, SPSS 19*. Universitas Diponegoro.
- Humans Pomade. (2018). *Data Penjualan Humans Pomade*.
- Johar, D. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). EFEKTIFITAS IKLAN ONLINE (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(1), 1–10.
- Kanuk, S., & Suryani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 3, 1–22. http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16066/k_Naskah_Publikasi.pdf?sequence=11&isAllowed=y
- Keller dalam Ferinadewi. (2008). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Photo Cabin. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 116. <https://doi.org/10.25124/demandia.v1i02.276>
- Keller dalam Ismail. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga*. Erlangga.
- Kotler & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Erlangga.

- Kotler dan Keller (2012). (1377). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA BEAR POMADE* (. 68–70.
- Kotler. (2002). *Periklanan dan Merek*. Erlangga.
- Kusnadi, Y., & Mutoharoh. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. *Jurnal PARADIGMA, XVIII*(2), 89–101.
- Kusumawardani, A. R. D., Munandar, J. M., & Najib, M. (2018). Pengaruh Sepuluh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Bata Berdasarkan Sikap Konsumen. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen, 8*(2), 292. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i2.007>
- Monle Lee. (2011). *Jurnal manajemen dan bisnis (almana) vol. 1 no. 2/ agustus 2017 14. 1*(2), 14–24.
- Ridho Pahlawan Tobing, L. B. (2011). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, 1*(2), 73–82.
- Sanusi, A. (2011). *Metodelogu Penelitian Bisinis* (Salemba Empat (ed.)). Jakarta.
- Shanty Junita Placas, C. D. E. (2015). *HUBUNGAN BRAND IMAGE DENGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE SERIES OLEH. 2015*, 1–239.
- Subagja, SE., MM., I. K., & Pramita, W. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 6*(3), 193–196. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.222>
- Sudjana. (2005). *Metopen. 12*, 12.
- Sugiyono. (2005). 50 3.2. *Metode Penelitian*, 35–48.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Menejemen Merek*. Bayumedia Publishing.

- Tamengkel, L. F. (2011). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Astra International Daihatsu. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Tjiptono dalam Hermawan. (2012). *PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MEREK HONDA*. 5(1).
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Vogt, W. (2015). Explanatory Research. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 44–57. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n697>
- Well, M. M. (2011). *Advertising*. Erlangga.
- Zain. (2019). *Sejarah Barbershop di Indonesia*. <http://zainbarberbali.com/author/devwhello-id/>