

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, & Tantri. (2019). *Manajemen Pemasaran* (8th ed.). Rajagrafindo Persada.
- Alfandy, M. A., & Aryanto, V. D. W. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan kartu Provide Telkomsel Prabayar (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 11212–11223. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1718>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Annur, C,M, . (2024). Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>
- Choiriyah, W. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Jaringan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa UNY Kampus Wates yang Menggunakan Kartu Internet Indosat). *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 47–57. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i2.2567>
- Hadiyat, N. N., & Rubiyanti, R. N. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Provider By.U di Kota Bandung The Influence Of Price And Brand Awareness On Decision To Purchase On By . U Card Provider In Bandung*. 8(5), 6079–6092.
- Iba, Z & Wardhana, A. (2024). *Analisis Registrasi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0* (M. Pradana (ed.); 1st ed.). http://fe.unisma.ac.id/Materi_Ajar_Dosen/ekometriK/AriRiz/MA_Uji_Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/
- Indrasari, M. D. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Iqzal, A., & Fourqoniah, F. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Digital By.U di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(4), 1633–1644.
- Ismanto, J. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Unpam Press* (Issue 1). https://repository.unpam.ac.id/8664/1/SAK0122_Manajemen_Pemasaran.pdf
- Keller & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (V). Pearson. <https://doi.org/10.1093/hebz/9780198797807.001.0001>
- Keller, K. &. (2016). *A Framework For Marketing Management* (6th ed.). Pearson.
- Kotler, P, & A. G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In *Pearson* (17th ed.). *Pearson Education*.
- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja

Grafindo Persada.

- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management*. In Pearson (15th ed., Vol. 37, Issue 1). Pearson. <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan *E-Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Mariani, R., & Sigarlaki, F. F. (2023). Pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu as telkomsel prabayar di kota bandung. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 3–4. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/10322>
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 102. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.1969>
- Mustafa, F., Fani, R., Miftahuddin, M. A., Hapsari, I., Dwiyantri, R., Azizah, S. N., Wibowo, U. D. A., Satata, D. B. M., & Kharismasyah, A. Y. (2024). *Manajemen Pemasaran* (G. G. Saputra (ed.); 1st ed.). PT Penamuda Media.
- Ompusunggu, R. E., & Santoso, R. (2024). Promosi terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening (studi pada mahasiswa program studi manajemen universitas 17 agustus 1945 surabaya). *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(3), 1431–1441. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i3.172>
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>
- Racellita, R., & Megawati, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Operator Kartu Seluler Tri (3) Di Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 78–91. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1618>
- Rasyad, G.B.A., & Ikasari, H. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609–624. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3785>
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif. In *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sangadji, E. M. & S. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1st ed.). Andi.
- Sanjaya, W. (2015). *Penelitian Pendidikan Jenis, Metode dan Prosedur* (3rd ed.). Kencana.
- Sudarsono, H. (2020). *Sudarsono 2020 - BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN.pdf*. CV. Pustaka Abadi.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.).
- Syahirra, N., & Aryani, L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Provider Indosat Ooredoo (Studi Kasus Pengguna Provider Indosat Ooredoo Yang Beraktifitas Di Wilayah Jakarta Pusat). *Journal of Young Entrepreneu*, 2(3), 63–76.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). ANDI.
- Wahyuni, S. (2020). *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index & Faktor Determinan*. Scopindo Media Pustaka.
- Wardani, A. S. (2024, Maret). Indosat Dapat Penghargaan dari OpenSignal di MWC 2024 Berkat Kualitas Jaringan yang Konsisten. *Liputan6.Com*. Indosat Dapat Penghargaan dari OpenSignal di MWC 2024 Berkat Kualitas Jaringan yang Konsisten - Tekno Liputan6.com%0A%0A
- Yugistira, B., Oesman, I. F., & Suarna, I. F. (2024). Pengaruh Brand Image, E-Service Quality, E-WOM Terhadap Brand Switching Pada Pengguna Kartu Axis di Kota Bandung. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(02), 7823–7830.