

DAFTAR PUSTAKA

- A.R Anggitan Rizana. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga,dan Promosi terhadap loyalitas Pelanggan dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Emba*, Vol. 2 No. 1 (2015) : 3.
- Aditi, Bunga dan Hermansyur. “Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 19 No. 1 (2018) : 72.
- Afifi, Giyats Rif’at. “Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Pemasarakatan Kelas 1 Cirebon (PAS MART)”. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.8. No.1 (2020) : 9.
- Agustina, Nur Aulia dkk. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian The Effect Of Quality Of Products, Brand Images, And Prices On Purchase Decisions”. *Jurnal Penelitian Ipteks*, Vol. 3 No. 2 (2018) : 188.
- Aji, Susilo. “Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Simpati pada Mahasiswa STIENU TRATE Gresik”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, vol 2 no. 1 (2017) : 3.
- Apriwati, Sholihat. “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie” *JOM FISIP*, vol. 5 no. 1 (2018) : 4.
- Arianto, Anandhitya Bagus. “Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang”. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11 No.2 (2013) : 297.
- Aristo, Stepanus Felix. “Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips”. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol 1 No. 4 (2016) : 442.
- Ariyanti, Nel. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung”. *Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16, No. 2 (2015) : 74.
- Armahadyani. “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai

- Makanan Pa'Mur Karawang. *Jurnal Manajemen Kreatif*, Vol 3 No. 2 (2018) : 76.
- Astuti, Miguna dkk. *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Sleman : Deepublish, 2020.
- Atabik, Ahmad. "Pemasaran Desain Produk Perpektif Hukum Islam Tawazun". *Journal Of Sharia Economic Law*, Vol. 1 No. 1 (2018) : 93.
- C.W, Hair Lamb dan Mc Daniel, *Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat, 2001.
- Diah Sakina Rakhma, "Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang" diakses pada 08 Oktober, 2020.
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>.
- Diimyati, Laili. "Pengaruh Promosi terhadap Penjualan pada Toko "Tani Subur" Pagar Alam. *Jurnal Ekonomia*, Vol. 9 No. 1 (2019) : 3.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmanyah. *Pemasaran Jasa(Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Sleman : Deepublish, 2019.
file:///C:/Users/HP/Downloads/12.04.554_bab1.pdf (diakses pada 11 Maret 2021, pukul 09.30)
- Firmansyah, M Anang. *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya : Qiara Media, 2019.
- Firmansyah, M Danang. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Jakarta : Qiara Media, 2019.
- Ghazali, Imam.. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFY, 2000.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah data Penelitian New Edition Buku untuk Orang yang Merasa Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta : Deepublish, 2020.
- Harahap, Dedy Ansari. "Ananlsis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS)

- Medan”. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 7 No. 3 (2015) : 233.
- Hariyanti, Novi Tri dan Alexander Wirapraja. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)”. *Jurnal Eksekutif* , Vol. 15 No. 1 (2018) : 138.
- Haryadi, Adi. *Promosi Penjualan secara Efektif dan Terencana*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007.
- Heryanto, Imam. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Vol. 9 No. 2 (2015) 84-85.
- Hia, Niscaya dan Setiamenda Ginting, “Pengaruh Internet terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Kota Medan”, *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, ISSN:2579-8332 (2018) : 62.
- Hilal, Syamsul. “Konsep Harga dalam Ekonomi Islam”, *ASAS. The Scientific Journal of Politics Law* 6, No. 2 (2014) : 24.
- Hnadoko, Bagus. “Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 18 No. 1 (2017) : 61.
- <https://iainkudus.ac.id/temp/u01/profil.php>, diakses pada 23 November 2020.
- <https://www.smartfren.com/explore/product/#tab-fitur/>(diakses pada 11 Maret 2021, pukul 09.30)
- <https://www.smartfren.com/id/overview/> (diakses pada 11 Maret 2021, pukul 09.30)
- Hurriyati, Dwi dan Desy Arisandy. “Perilaku Konsumen *Mobile Internet* dalam Penggunaan Paket Layanan *Unlimited*” , *Jurnal Ilmiah PSYCHE* , vol.13 no.2 (2019) : 139.
- Iqbal, Hasan. *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, Jakarta:PT bumi Aksara, 2004.
- Kasanti, Novera dkk. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard”. *AJIE* , Vol. 04, No. 01 (2019) : 44.
- Katadata.co.id, “Wajib Registrasi, Pelanggan Selular Indosat Menyusut 34%”, tersedia :<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/11/19/waji>

- b-registrasi-pelanggan-seluler-indosatmenyusut-34, diakses pada 4 Oktober 2020.
- Khasanah, Imroatul dan Novian Yuga Pramujo. “Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise”, *Aset* Vol. 13 No. 1 (2011) : 158.
- Khusna, Galu Khotimatul dan Farah Oktafani. “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Dunkin Donuts Bandung”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Vol. 11 No. 1 (2017) : 30.
- Kodu, Sarini. “Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza”, *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 (2013) : 1252.
- Kompas “Ini Dia Layanan 4g LET – Advanced Pertama di Indonesia”
<https://biz.kompas.com/read/2015/08/21/084941328/Ini.Dia.Layanan.4G.LTE-Advanced.Pertama.di.Indonesia>. diakses pada 04 Oktober 2020.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*, Jakarta : Prehallindo, 2002.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Pencetakan AMP YKPN, 2001.
- Kurniawan Rizki., Ratmono, Septiana Nani. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pemelian Kartu Paket Data Internet Telkomsel di Kota Metro”, *Jurnal Dinamika* Vol. 4 no. 2 (2018) : 80-81.
- Kurniawan, Rizki., Ratmono. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket data Internet Telkomsel di Kota Metro. *Jurnal DINAMIKA* vol. 4 no. 2 (2018) : 81 .
- Lupiyado, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat, 2009.
- Mandey, Jilly Bernadette. “Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 (2013) : 97.
- Maryanti, Poppy. “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Cv. Guna Motor I Bogor”. *Jurnal Manajemen*, (2017) : 2 .

- Muhammad, Reyhan Devyan. “Analisis Pengaruh Faktor Harga, Pendapatan, Kualitas dan Atribut Produk Islam terhadap Purchase Intention di Kedai Kopi Bycoffee Surabaya”, *et al/Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 6 No. 12 (2019) : 2494.
- Narbuko, Cholid. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Noviyarto, Handy. “,Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet Terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Unlimited Internet CDMA di DKI Jakarta, InComTech”, *Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*, vol. 1 no. 2 (2010) : 107.
- Observasi Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, pada Agustus 2020.
- Oktavia, Firza dan Nurul Kumala. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 3 No. 2 (2020) : 30-31.
- Pamartha, Dya Ana, dkk. “Pengaruh Atribut Produk terhadap Preferensi Konsumen dan Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati (Survei pada Masyarakat Desa Wonosari, Kecamatan Pagu, Kabupaten Kediri Yang Membeli Kartu Seluler Simpati), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* vol. 38 no. 1 (2016) : 16.
- Panji, Aditya. ”Peringkat Operator Seluler di Indonesia Awal 2019, Siapa Terbaik?”, diakses pada 04 Oktober 2020, <https://kumparan.com/kumparantech/peringkat-operator-seluler-di-indonesia-awal-2019-siapa-terbaik-1rOUSvh6t1K/>.
- Prasastiningtyas, Tabhita Ratna. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 5, no 7 (2016) : 2.
- Priyanto, Duwi. *Paham analisis Statistik Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Purnomo, Rochmad Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Ponorogo : CV. Wade Group, 2016.
- Puspita, Bayu. *Pengaruh Atribut Produk*. Yogyakarta : Graha Media, 2020.

- Putri, Budi Rahayu Tanama. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar : Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017.
- Putro, Shandy Widjoyo dkk, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.2 No. 1 (2014) : 1.
- Rachmawati, Rina. “Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran”. *Jurnal Kompetensi Teknik* Vol. 2, No. 2, (2011) : 144.
- Ramadahan, Baim. *indikator promosi*, [https://id.scribd.com/document/319604354/Bab-2-indikator – promosi](https://id.scribd.com/document/319604354/Bab-2-indikator-promosi). di akses pada 16 November 2020.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Pendidikan dan Experimen*, Sleman : CV Budi Utama, 2020.
- Rizal, Achmad. *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Rumondang, Astri, dkk. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Yayasan Kita Menulis, 2020.
- S, Netty Laura. “Pengaruh Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening, *Journal Of Management and Business Review*, Vol.14 no.2 (2017) : 262.
- Saidani, Basrah dan Dwi Raga Ramadhan. “ Pengaruh Iklan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC Roxy Mas”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 4 No, 1 (2013) : 58.
- Salamah, Ninin Non Ayu . “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu pada Toko La Tahzan Palembang”. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 12, No.1 (2015) : 2.
- Sangadji, Etta Manganang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi, 2013.
- Sanggetang, Vania, Silvy L. Mande, Silcyljeova Moniharapon. “Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado The Influence Of Location,

- Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing”. *Jurnal Emba* Vol.7 No.1 (2019) : 883.
- Saputri, Marheni Eka. “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Online Produk Fashion pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 15, No 2 (2016) : 292.
- Sari, Desi Mega dan Sri Susilowati. ” Harga, Kualitas Produk, dan Promosi pada Kepuasan Pelanggan Seluler”. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*, Vol. 27 Edisi 3 (2017) : 177-118.
- Severin, Werner J dan Jr, Tankard James W. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, & Terapan di dalam Media Massa*, Edisi Ke-5. Jakarta : Kencana, 2005.
- Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga, 2003.
- Shofianah, Ely dkk. “Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2010/2011 dan 2011/2012 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli Produk Plastik *Tupperware*” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 9 no. 1 (2014) : 4.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Siswanto, Sutojo. *Menyusun Strategi Harga*. Jakarta : Damar Mulia Pustaka, 2001.
- Sitinjak, Tony dkk. *Model Matrik Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Meodologi Penelitian*, Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015.
- Somad, Rismi dan Donni Juni Priansa. . *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- Sudarmanto, Gunawan. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005.
- Sudrajad, Ahmad Bagus dan Dwi Retno. “Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Abon Jamur Tiram di Perusahaan Ailanifood Kota Malang Jawa Timur”. *Jurnal Habitat*, Vol 26 No. 2 (2015) : 78.

- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta :CV Andi Offset, 2009.
- Supriatna, Yuda dkk, *Induksi Manajemen Pemasaran*, Surabaya : Qiara Media, 2019.
- Suryati, Lily. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Deepublish, 2015.
- Swasta, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*, Cetakan 2, Yogyakarta : Liberty, 1998.
- Syofian, Siregar. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan-perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta : Bumi Aksara, 2014.
- Tajudin, Makhdaleva Hanura dan Ade Sofyan Mulazid. “Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok”. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1 (2017) : 19.
- Tasruddin, Ramsiah. “Strategi Promosi Periklanan yang Efektif”. *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. 2 No. 1 (2015) : 109-110.
- Tempo.co, “Survei: Internet Termasuk Kebutuhan Pokok”<https://tekno.tempo.co/read/358326/survei-internet-termasuk-kebutuhan-pokok/full&view=ok>, diakses pada 8 November 2020.
- Tika, Moh Pandu. *Metodologi Riset Bisnis*, PT.Bumi Aksara, Jakarta, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*, Jakarta : Andioffset, 2008.
- Toha, Murhanto. *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Universitas Terbuka, 2011.
- Umar, Husen. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Wahyudi, Handri Dian. “Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang”, *JURNAL EI* Vol. 2, No. 3 (2005): 166.
- Wardani Agustin Setyo, “Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Sentuh Angka 171 Juta”, diakses pada 10 Oktober 2020. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3967287/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-angka-171-juta>.
- Wulandari, Rosanna. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Smartfren

Telecom Tbk Cabang Sukabumi”, *Jurnal Ekonomak* Vol. 5 no. 3 (2019) : 75.

Yusup dan Robal Aprianto. “Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor pada PD Utama Motor Lubuklinggau”. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2 No. 1 (2016) : 128-129.

Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. “Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam”, *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 4 no. 2 (2016) : 126.

