

DAFTAR REFERENSI

- Afrilia, S. (2023). *“Pengaruh Kualitas Jaringan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Smartfren.* 1–140. <http://repository.undaris.ac.id/id/eprint/1247/%0Ahttp://repository.undaris.ac.id/>
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador , E-Wom , Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433–445.
- Ahmad Fahrezi, & Uuh Sukaesih. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- Allana, M. N. R., Hidayati, N., & Khairussalam, K. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna XL di Kota Banjarmasin (Studi Pada Pengguna Paket Data Internet). *Smart Business Journal*, 1(2), 15. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i2.12793>
- Amanda, A., Ruslin Chandra, A., & Azra, T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Telkomsel pada Mahasiswa. *Proceeding Applied Business and Engineering Conference E-ISSN: 2776-2343, November*, 61–71.
- Andika, M., Halin, H., & Yeni. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Provider Myrepublic). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10 (5) Okt(3), 2460–5891.
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran (Edisi pertama, Cetakan Ke-14)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Busman, S. A., & Wibisono, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk

- terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Xl Axiata Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 4. No, pp-50-56.
- Chailil, R. D., Sari, J. D. P., & Zikriatul Ulya, A. H. (2020). Brand, Islamic Branding, & Re-Branding. *Depok: Depok Rajawaji Pers*.
- 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>
- Delivery, C. O., & Kunci, K. (2025). 3 1,2,3. 4(3), 173–178.
- Desy. (2020). Pengertian Manajemen Pemasaran dan Konsepnya di Era Digital. *Jurnal.Id*.
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.
- Fandy Tjiptono, A. D. (2020). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. *In Jurnal JUKIM*, (1).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hartono, N. W., & Sulistyowati, M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 1–9.
- 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.
- Kodrat, D. S. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-commerce pendekatan praktis*. 252.
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap

- Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 34–42. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.873>
- Manalu, D. K. (2021). *PENGARUH KUALITAS JARINGAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI KARTU PAKET INTERNET TELKOMSEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ERA COVID -19 (STUDI KASUS DI HUMBANG HASUNDUTAN)*.
- Manik, E., Suryawardani, B., Oktafani, F., Sari, D. A. P., Widiyawati, W., Pidola, V. A., Susiyanto, S., Zulfikar, M., & Febrianty, F. (2022). Manajemen Pemasaran Kontemporer (Teori Dan Praktis). In *Cv Widina Media Utama*.
- Maslahah, S. H., Sulaksono, H., & Yusuf, H. F. (2021). Pengaruh Kualitas Jaringan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Xl Axiata Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Pengguna Xl Axiata Di Kabupaten Jember). *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 2(1), 69–79. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v2i1.545>
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Nizardy, N., Hairudinor, H., & Utomo, S. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA KARTU SELULER TELKOMSEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNA KARTU HALO DI BANJARMASIN (Studi Pada Kantor Grapari Telkomsel Kota Banjarmasin). *Smart Business Journal*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i2.12791>
- Nurhayani & Suryano. (2019). Strategi Pemasaran Kontemporer. *Penetapan Harga Produk: Berbagai Strategi Penetapan Harga*, 70.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.

https://www.google.co.id/books/edition/KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_MEMPENGARUHI_M/H9T9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Panuju, R. (2019). Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran. In *Prenada Media Group*.

Pils, G. R., Bakaruddin, & Fikri, K. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Jaringan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Smartfren (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau). *Jurnal EMT KITA*, 3(2), 805–819. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1113>

Prakasa, K. A., Prakasa, K. A., & Arisandy, D. (2019). Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Produk Simcard Telkomsel. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 13(1), 37–48. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v13i1.555>

Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlina, N. (2021). Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis). In *Media Sains Indonesia*.

Rendy Sutiyono, B. H. (2020). Building a Purchase and Prchase Decision: Analysis of Brand Awareness and Brand Loyalty (Case Study of Private Label Products at Alfamidi Stores In Tangerang City). *Dijemss*, 1(6), 235–248. <https://doi.org/10.31933/DIJEMSS>

Rifa’l, M. N. W. E. & I. I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. 1, 1–12.

RIZKY, C. A. (2016). *KEPUTUSAN PEMBELIAN*.

Sari, T. M., Hinggo, H. T., & Hardilawati, W. L. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Jaringan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Studi Kasus Mahasiswa UMRI). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 367–378.

<https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/913%0Ahttps://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/download/913/196>

- Seto Ayom Cahyadi, I. S. & A. A. Z. (2018). Analisis Quality of Service (QoS) Pada Jaringan Lokal Session Initiation Protocol (SIP) Menggunakan Gns3. *Jurnal Ilmiah Teknik Elektro*, 2, no.3.
- Siti, K. (2022). *Pebgaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sim Card Smartfren (Studi Kasus Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Hidayah Purwokerto Karang)*.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, Bandung.
- Suhairi, Yuda, A., Lubis, A. H., & Manurung, E. H. (2023). Manajemen Pemasaran Perusahaan Di Indonesia Dalam Pasar Globalisasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 319–331. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.61>
- Supriadi, I. (2020). *Metode riset akuntansi*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Tjiptono Fandy, A. D. (2020). *Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta*.
- Wulandari, Wulandari, & Ismawati, I. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Kelurahan Sukomanunggal. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(1), 47–55. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i1.845>