

## DAFTAR RUJUKAN

- Amrullah, Pamasang., & Saida Zainurossalamia. (2016). “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 13, Nomor 2.
- Arikunto, S. (2005). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: RinekaCip.
- Ariono, Imam. 2018. “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Kelompok Referensi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di PT. Federal Internasional Finance Cabang Bondowoso”. *Jurnal PKKMI*. ISSN: 2614-3763.
- Aritonang, Lerbin . (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Assauri, Sofyan. (2010). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep Dan Strategi)*. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Deisy, Malonda., & Lopian, Joyce. (2018). “Analisis Citra Merek, Harga, Produk dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler di IT Center Manado. *Jurnal EMBA*, Volume 4, Nomor 5.
- Efendi, Moch. (2017). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Kecamatan Mojo Kediri”. *Simki-Economic*, Volume 1, Nomor 03
- Fernando & Aksari. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Volume 7, Nomor 1.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF.
- Hadiyati, Rini. (2018). “Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Televisi Merek Lg pada Toko Citra Elektronik Luwuk”. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*, Volume 3, Nomor 2.
- Hardik, Khatri 2020. “Laporan Pengalaman Jaringan Seluler July 2020”. Tersedia pada: <https://www.opensignal.com/in/reports/2020/07/indonesia/mobile-network-experience> .(diakses tanggal 29 Agustus).
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Igir, Gloria., & Taroreh, Henny. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up

(Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malayang)”.  
*Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 6, Nomor 2.

- Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi kedua belas*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi kedua belas*. Jakarta: Erlangga.
- Mahanani, Estu. (2018). “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com”. *Jurnal EMBA*, Volume 2, Nomor 2.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nuralam, Perwangsa. (2019). “Pengaruh Gaya Hidup dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Perempuan yang Membeli Brand Zara di Grand Indonesia Jakarta)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 72, Nomor 2.
- Pandensolang, Driand., & Tawas. (2015). “Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company di Manado”. *Jurnal EMBA*, Volume 3, Nomor 3.
- Peter, Paul. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Penjelasan Mengenai XL Axiata dan 3 Perusahaan Lainnya Tersedia pada <https://selular.id/2020/07/membandingkan-empat-provider-digital-pilihan-anak-muda/>. (Diakses pada Tanggal 29 Agustus).
- Ratri, Lutrary . (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nuroho. (2013). *Perilaku Konsumen Konsep dan Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. ( 2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sulistiowati, Indah dan Heryenzus. 2018. “Pengaruh Sikap dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus pada Online Shop Grostas Import Batam)”. *JIM UPB*. Volume 6 No.1.

- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Swasta, Basu. (1997). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Yahya, Amri., Burhanuddin., & Widayanti, Rochmi. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Calya di Nasmoco Slamet Riyadi Surakarta”. *Edunomika*, Volume 3 Nomor 2.
- Yustiawan, Ody. (2016). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 2.

