

DAFTAR PUSTAKA

- A., N. F., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga, terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* , Hal 1-20.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Amalia, S., & Nst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* , Vol. 6 No. 1.
- Anwar. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Oppo pada Toko Handphone Mandiri Medan. *Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi* , Volume: 6 No. 2.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* , Volume 1, Nomor 4.
- Evelina, N., DW, H., & Listyorini, S. (2012). Pengaruh Citra Merek, kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen Telkomflexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Diponegoro Journal of Social and Politic* , Hal. 1-11.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hermansyah, A. B., Muttaqien, F., & Musringah. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati. *Progress Conference* , Vol. 1, No. 1.

<https://kominfo.go.id/>

<https://medan.tribunnews.com/2017/10/24/telkomsel-raih-tambahan-spektrum-di-frekuensi-23-ghz>

<https://www.bps.go.id/>

Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, P., & Amstrong., G. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi kedua belas*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.

- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran, Edisi 1*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Maneking, J. R., & Lumanauw, B. (2015). Analisis Strategi Harga, Diferensiasi Produk, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Columbia Perdana Manado. *Jurnal EMBA* , Vol.3 No.1, Hal.1173-1183.
- Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian* , Vol. 9, No. 1.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA* , Vol.1 No.4, Hal. 2336-2346.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer behavior and marketing strategy (8th ed.)*. Singapore: McGraw-Hill.
- Peter, J. P., & Oslon, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, D. A., & Nurtjahjani, F. (2017). Pengaruh Periklanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel (Studi pada Mahasiswa DIV Jurusan Tata Niaga Politeknik Negeri Malang). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , Hal 13-17.
- Roscoe. (1975). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosyid, A. N., W, H. D., & Widayanto. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor

- Honda Revo (Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor Honda Revo Astra Motor Kebumen). *Journal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* , Hal 1-8.
- Sari, D. Y., Tjahjaningsih, E., & Hayuningtias, K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi pada Konsumen BSB Semarang). *Prosiding SENDI_U* , Hal 677-683.
- Sari, R. D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. *Skripsi* .
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Yazia, V. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Journal of Economic and Economic Education* , Hal 166-173.