

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin., and Francis Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Adika Fajar Putra, Muhammad Arif Lubis Vol. 2 No. 2 (2021): Journal of Management Analytical and Solution Effect of Promotional Mix And Price On Consumer Subscription Decisions Mediated By Trust In Indihome Consumers In Medan". (Emperis Study On PT. Telkom Witel Medan)
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono (2012). Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta.
- Aji Kusnandri, Muhammad Mansur, M. Hufron (2018) Pengaruh Direct Marketing, Sales Promotion Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. (Studi Kasus Pada Pengguna Paket Data Internet Indosat Ooredoo Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)
- Albert Kurniawan Purnomo. 2017. Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe, Jurnal Manajemen Maranatha, Vol 16, No. 2.
- Alma, Buchari 2018. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa (Edisi Revi). Alfabeta:Bandung
- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media hal 10.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipata.

Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition” , England : Pearson Education, Inc.

Arumni, Klementin, Vida. 2013. pengaruh gaya hidup brand minded dan peran kelompok acuan terhadap minat beli produk smartphone samsung berbasis android. (studi kasus pada konsumen counter trakomindo selular di phone market ambarukmo plaza yogyakarta). yogyakarta: universitas sanata dharma.

Duwi, and Priyanto. (2012) Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Yogyakarta : Andi Offset

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.

Febriani, Nufan S. dan Wayan Weda Asmara Dewi. 2018. Teori dan Praktis Riset Pemasaran Komunikasi Terpadu. Malang: UB Press

Hair, Jr et.al. (2010). Multivariate Data Analysis (7th ed). United States : Pearson

<https://daftarfirstmedia.net/paket-first-media/>

<https://indihome.co.id/paket/daftar>

<https://statistik.jakarta.go.id/media/2020/01/Buku-Survei-Penggunaan-TIK-2019.pdf>

https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22

Ismail Razak (2016) Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome Di Propinsi Dki Jakarta.

Ismainar, Hetty. 2015 Manajemen Unit Kerja, (Yogyakarta, Deepublish)

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Laporan WOR Witel Jakarta Utara 14 Desember 2020.

Larasati, Sri (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Moh. Nazir. 2011. Metode Penelitian. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

Murtadana, Ricky. 2014. pengaruh komparatif sikap terhadap iklan soft dan hard copy pada minat beli konsumen, Yogyakarta: universitas sanata dharma

Nikolaus Duli. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS. Yogyakarta: Deepublish.

Novia Ayu Lestari (2020) Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Indihome Pada Pt.Telkom Banjarmasin.

Nurafrina Siregar SE. M.Si dan Renzika Ovilyani SE (2017) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan. (Studi Kasus Kantor Plaza Telkomcabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru)

Onny Fitriana Sitorus, Strategi Promosi Pemasaran, (Jakarta: Indeks, 2017), h. 12.

Pratama, Ade. 2017. *Model Simulasi Antrian Dengan Metode Kolmogrov-Smirnov Normal Pada Unit Pelayanan*. Jurnal Edik Informatika. Vol, 3. No. 1. (27-37).

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kandatel Bantul dalam ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDIHOME Universitas Negeri Yogyakarta Arin Anjani 2015

Randy E.M, Susi E, Dina P (2019) Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018) The Influence of Promotion Mix towards Purchasing Decision of Indihome product in Telkom Region of Padang City.

Santi, I. H., & Sudiasmo, F. (2020). PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE DAN ACTUAL USAGE PADA APLIKASI IDENTIFIKASI JENIS KULIT WAIHAH. Surabaya : CV. Jkad Media Publishing.

Selang (2013). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Nomor 3. Volume 1, halaman 73.

Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.

Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
Bandung: CV ALFABETA

Suntoyo, Danang (2019). Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran.
Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service)

Tjiptono, Fandy (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. ANDI
OFFSET

Veronika. 2016. pengaruh iklan dan brand image terhadap minat beli
konsumen, dengan brand image sebagai mediasi. (studi kasus calon
konsumen shampoo dove di pusat perbelanjaan gardena
departement store dan supermarket yogyakarta). yogyakarta:
universitas sanata dharma

Waskito, Danang. 2015. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan
Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal.
Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Widiasworo, E. (2019). Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi
Dan Tesis. Yogyakarta: Araska.

Zeithaml v.a 1988, consumer perception of price, quality, and value : a
means-end model and synthesis of evidence. journal of marketing,
vol.52 pp 2-22.