

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amelia, Mia Siti. (2016). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Cafe Coffee Time Kopo Bandung*, Universitas Pasundan, Bandung.
- Andriyani. (2013). *Pengukuran Daya Saing Organisasi*. Bandung: Universitas Widyatama.
- Anggraeni, Nita Dwi. (2015). *Pengaruh Good Corporate Governance dan Earning Power terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Peserta CGPI yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013)*, diakses dari <http://repository.unpas.ac.id/5617/6/BAB%20III%20nita%20-%20revisi.pdf>
- Anggraini, Dina Yustanti dan Asih Widajati. (2015). *Pengaruh Advertising, Personal Selling dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada PT Telkom Indonesia Witel Jatim Selatan (Telkom Blimbing Malang)*
- Arif. (2014). *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Perusahaan Gosign Indonesia Periode Januari 2014 – April 2014)*.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asshofie, Agil. (2016). *Jenis-jenis Media Iklan (blogspot)*. Diperoleh dari <http://agil-asshofie.blogspot.com/2016/04/jenis-jenis-media-iklan.html>.
- Bearden, Wilam; O, Ingram Thomas; & N, LaForge Raymond W. (2004). *Marketing principles And perspectives*. New York: The McGraw-Hills Companies.
- Binus University. (2017). *Probability Sampling vs Non-Probability Sampling*. Diperoleh dari <http://sdc.binus.ac.id/himsisfo/2017/03/probability-sampling-vs-non-probability-sampling/>
- Catherine dan Dani Rahadian M.SE., MM. (2013) *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kopitiam Central Park Mall*. Jakarta: Universitas Binus
- Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S. (2011). *Business research methods (11th ed.)*. New York: Mc GrawHill/Irwin.
- Dharmmesta, Basu Swastha. (1984). *Azas-Azas Marketing*. (Edisi Ketiga). Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Dharmmesta, Basu Swastha. dan Handoko, T. Hani. (2000). *Manajemen Pemasaran “ Analisa perilaku konsumen “*. (Edisi pertama. cetakan ketiga). Yogyakarta: BPFE.

- Ety, Rochaety. (2007.) *Metode Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ghazzan, Fariz. (2014). Marketing menurut para ahli (blog post). 6 Oktober 2014, diperoleh dari <https://catatanmarketing.wordpress.com/tag/marketing-menurut-para-ahli/>.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilson, C, dan Berkman, Harold W. (1980), *Advertising: Concepts and strategies*. Canada, Toronto: Random House, Inc.
- Gujarati, D.N., (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C., buku 2, Edisi .* Jakarta: Salemba Empat.
- Gulo, W. (2002). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hasan, Ali. (2013), *Marketing. (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Huda, Robit Mikrojul. (2017). *Siapa yang Menjadi Raja Operator Seluler di Indonesia*, 6 Maret 2017. Diperoleh dari <https://setara.net/raja-operator-seluler-di-indonesia/>
- Komalasari, Zulianti 134020138 (2017) *Pengaruh Locus of Control dan Komitmen Profesional terhadap Kinerja Auditor Internal (Survey Pada BUMN Sektor Industri Pengolahan di Kota Bandung)*. Skripsi (S1) thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung, diakses dari <http://repository.unpas.ac.id/30086/5/BAB%20III.pdf>
- Kotler, P. dan Susanto, A.B. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Salemba
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks, Gramedia.
- Kotler, P. dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 13, Jilid I*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran. edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga

- Lupiyoadi, Rambat. (2013), Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, M. (2010). "Komunikasi Pemasaran Modern". Cetakan Pertama. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Malhotra, Naresh K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. United State of America: Prestice Hall.
- Malhotra, Naresh K. (2006). Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Nangoy, Christohn Louse dan Tumbuan, Willem J. F. Alfa. (2018). *The Effect Of Advertising And Sales Promotion Consumer Buying Decision Of Indovision TV Cable Provider*. *Jurnal EMBA*. Vol.6, No.3.
- Natalia, Priccila dan Mulyana, Mumuh. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 2, No. 2.
- Ningtias, Deska Nur Ayu. (2016). *Pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014)*. Skripsi (S1) thesis, Fakultas Ekonomi Unpas, diperoleh dari <http://repository.unpas.ac.id/9585/5/BAB%20III.pdf>.
- Peter, J. Paul & Jr, James H. Donnelly (2004). *Marketing Management Knowledge & Skills*, 7th Edition, Singapore: McGraw Hill International Edition
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat
- Priyatno, Duwi. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Andi (CV. Andi Offset).
- Rusmini. (2013). "Strategi Promosi sebagai Dasar Peningkatan Respon Konsumen". Jakarta : *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora* Vol.13 No.1, April 2013 Bina Nusantara
- Saidani, Basrah dan Dwi Raga Ramadhan. (2013). Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Seri Galaxy (Survei pada Pelanggan ITC Roxy Mas)
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, Singgih. (2010). *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Cetakan Pertama. PT Elex Media Komputindo. Jakarta, PT Gramedia, Jakarta.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. "Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita". Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 1, No. 2.
- Stanton, William J. (2000). *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Erlangga.
- Statistics Center Survey Independent (SCSI). (2016). Diperoleh dari link <http://scsi.scundip.org/2016/08/08/pengertian-survei/>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kusnadi. (2010). Periklanan Manajemen, kiat dan strategi. Jakarta: Nuansa.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.
- TribunNews. (2013). Telkomsel Gencarkan Digital Advertising. 23 Mei 2013, diakses dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/05/23/telkomsel-gencarkan-digital-advertising>
- Trilaksana, Muhammad Gugus. (2015) Efektifitas penggunaan drop box dan electronic filling (e-filling) sistem untuk meningkatkan kepatuhan pelaporan SPT tahunan pajak penghasilan wajib pajak orang pribadi, diakses dari http://etheses.uin-malang.ac.id/2261/7/10520035_Bab_3.pdf
- Wibowo, S.F., dan Karimah, Maya Puspita. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). Vol. 3. No. 1.
- Wikipedia. Telkomsel, diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Telkomsel>
- Zakia, Kiki. (2014). Analisis Promosi Produk 'Telkomsel' (Blogspot). 22 Mei 2014, diakses dari <http://zakiamp.blogspot.com/2014/05/analisis-promosi-produk-telkomsel.html>