

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A., & Yulihardi, Y. (2020). Pengaruh Iklan Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis Pada Mahasiswa Fkip Universitas Bung Hatta Padang. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(2), 118-126.
- Andriani, Y., & Nuryati, N. (2020). Strategi Meningkatkan Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo melalui Marketing Mix dan Brand Image di Kota Surakarta. *Kelola*, 7(1), 35-45.
- Asbara, I. W., & Basra, J. (2023). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Membeli Kartu GSM. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 611-625.
- Firdaus, R. F., Mariam, S., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 14(1), 44-53.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media.
- Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). The effect of product quality, price and promotion on the purchase decision of telkomsel service products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9), 419-425.
- Hartini, H., & Syaekhun, M. A. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Digital Card By. U Di Kota. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 402-409.
- Hartono, N. W., & Sulistyowati, M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Surakarta. *Kelola*, 8(1), 1-9.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Hidayatullah, M. N. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu As (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga). *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 22(1), 101-120.

- Kafabih, A., & Mukti, A. H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sim Card Telkomsel, Indosat Ooredoo dan Hutchison 3 Indonesia Di Wilayah Jakarta Timur. *JURNAL ILMIAH BISNIS, PASAR MODAL DAN UMKM*, 1(2), 8-18.
- Lasaib, I. N. (2019). Pengaruh citra merek, iklan, kualitas yang dirasa terhadap keputusan pembelian sim card Telkomsel di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Marey, D. R. E., & Purwanto, E. (2020). Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). *Technology Adoption: A Conceptual Framework*, 31-50.
- Maulidiyah, D. N., & Arsyianto, M. T. (2020). Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *SKETSA BISNIS*, 7(2), 94-105.
- Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Emas*, 1(1)
- Mukminin, S., & Farida, S.,N. (2021). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Provider Digital by. U Di Surabaya Article Sidebar. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB)* Vol. XII, No.2
- Naufal, M. D. D., & Nalurita, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 23-34.
- Nofrizal, N. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Untuk Mengetahui Penyebab Tidak Tercapainya Target Penjualan Kartu Perdana Im3 Pada PT. Indosat Tbk. Cabang Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(3), 239-243.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). Teori perilaku konsumen. Jawa tengah: NEM. PT. Nasya Expanding Management
- Nurcholifah, I. (2020). Strategi Bauran Produk Ikonik Umkm Aloevera Di Kota Pontianak. *JKUBS*, 1(1), 20-35.
- Permatasari, D. J., & Nugroho, A. T. (2022). Minat Beli Pengguna Kartu By. U Di Bekasi: Kemudahan Penggunaan, Fasilitas, Dan Citra Merek. *Jurnal Pelita Ilmu*, 16(01), 52-63.

- Pratama, R. I., Megadini, D. D., & Kusriandini, T. (2019). Effect of perceived ease of use, word-of-mouth communication, and brand image on decision to use Lazada E-commerce services. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(1), 173-186.
- Radjapati, T. Y., Tumbuan, W. J., & Soepeno, D. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Tobelo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Rahmizal, M., & Yuwendri, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3).
- Sari, A. N., Saniyah, E. Y., & Agustina, F. I. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Di Kota Mataram. *SOLID*, 11(2).
- Sari, R. F. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Shopee Pay. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 480-485.
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap pengambilan keputusan menginap di The Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26-33.
- Susanti, R. A. D., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57-71.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54-68.
- Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25-32.