

DAFTAR PUSTAKA

- Asra, M. D., Manshur, A., & Suyanto, A. (2019). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Samsung Berbasis Android Di Indonesia Analysis a Factors Affect Consumer Behavior in Decision To Buy Cell Phone Samsung Android Based in Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 89–98.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA*, 331–340.
- Charina, D., & Suyanto. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Membentuk Enterpreneurial Intention Para Generasi Muda Untuk Menjadi Young Enterpreneur. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 248–253.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). *Perilaku Konsumen* (Vol. 5).
- Hong, C., Eun-kyong choi, & Hyun-woo jounge. (2022). *Determinants of customer purchase intention toward online food delivery services: The moderating role of usage frequency*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Indonesia, A. P. J. I. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*. apji.or.id
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Islam*. 55–56.
- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing factors influencing continuance intention of E-payment adoption using modified UTAUT 2 Model: (A case study of Go-Pay from Indonesia). *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018*, 167–173. <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>
- Ir. Syofian Siregar, M. . (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi ke-4*. <https://books.google.co.id/books?id=IjTMDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=true>. 4.
- Iskamto, D. (2018). *Metodologi Penelitian*.
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E.

- (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2022). *Marketing Management*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Kusnandar, V. B. (2021). *Telkomsel Jadi Operator Seluler dengan Pelanggan Terbanyak di Indonesia*. Databoks.Com.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/22/telkomsel-jadi-operator-seluler-dengan-pelanggan-terbanyak-di-indonesia>
- Mandasari, K. (2011). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih jasa perhotelan (Studi kasus pada Hotel GRASIA Semarang)*. 1–72.
- Maria Chyntia Chrystiantari, & Suyanto, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Customer Perceived Value E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(2), 215–224. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i2.341>
- nperf.com. (n.d.). *Telkomsel Cakupan 3G / 4G / 5G - nPerf.com*. 2022. Retrieved December 8, 2022, from <https://www.nperf.com/id/map/ID/-/5119.Telkomsel/signal/?ll=-2.5678942164342513&lg=118.01999999999998&zoom=5>
- R. Cooper, D., & S. Schindler, P. (2014). *Business Research Methods*.
- Rahmadhian, R. A. R. A., & Suyanto, A. (2022). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR KONSUMEN DALAM MEMILIH OPERATOR SELULER SMARTFREN DI INDONESIA. *E-Proceeding of Management*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Razak, D. H. M. (2016). PERILAKU KONSUMEN. In *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย* (Vol. 4, Issue 1).
- Rizky, C. G., & Suyanto, A. (2020). Analisis Faktor – Faktor Yang Membentuk Loyalitas Pelanggan Indihome Dengan Layanan Triple Play Di Kota Jakarta. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(2), 206–214. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i2.340>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(7), 700–701.

<https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>

Singgih, S. (2018). *Singgih Santoso (2018) Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*
https://books.google.co.id/books?id=6CVtDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id&source=gbs_pub_info_r#v=onepage&q&f=false. 2018.

Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITAI, KUALITATIF dan R&D Prof. Dr. Sugiono 2020*. 2020.

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Telkom.co.id. (n.d.). *Telkom | Laporan Keuangan Telkom 1H/2022 Raup Pendapatan Rp72,0 Triliun*. Retrieved January 9, 2023, from
https://telkom.co.id/sites/wholesale/id_ID/news/laporan-keuangan-telkom-1h2022-raup-pendapatan-rp72,0-triliun,-transformasi-telkom-tunjukkan-kemampuan-untuk-jaga-sustainable-growth-perusahaan-1725

Viora, P., & Suyanto, A. (2020). Keputusan Pembelian Berdasarkan Persepsi, Motivasi, Dan Sikap Pada Marketplace. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 13(1), 16–22.
<https://doi.org/10.23969/jrbm.v13i1.1796>

Wirayanti, W., & Suyatno, A. (2015). The influence of lifestyles and consumers attitudes on product purchasing decision via online shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 7(8), 74–80.
https://scholar.google.com.sg/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=iXADw-sAAAAJ&citation_for_view=iXADw-sAAAAJ:WF5omc3nYNoC

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>