

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Agus, Widarjono. (2010). *Analisis Statistik Multivariate Terapan*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Amron, A. (2018). *The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars European Scientific Journal*, 14(13): .228-239.
- Anggana, R. F. (2017). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro).
- Aris Marwanto. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: (KOMBIS) Komunistas Bisnis.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka cipta.
- Aziz, M. R. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Dealer Sumber Baru Rezeki. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis UMS*, 1(1): 1-16.
- Brata, B. H., Husani, S. & Ali, H. (2017). *The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT.Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*. *Saudi..Journal..of..Business..and Management..Studies*, 2(4B): 433-445.
- Brilianne Madjid. (2019). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Volume Penjualan Teh Botol Sosro di Kota Bandung*.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta. P. 40.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Durianto, d. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Fahrezzy, R. S. & Trenggana, A. F. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2): 174-183.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi. P. 32.
- Foster, B. & Johansyah, M. D. (2019). *The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users)*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(12): 66-78.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit. P.30
- Indrawan, Rully., Yaniawati, R. Poppy, (2014). Metodologi Penelitian. Bandung: PT. Refika aditama
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditama
- Julia, K. (2013). The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook. *Journal of Product & Brand Management* Vol.22 Issue 5/6.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2011), *Marketing an Introduction, Edisi 10*. Indonesia: Perason.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Priciples of Marketing Global 14<sup>th</sup> edition*. New Jersey: Prentice.
- Keller. (2005). *Manajemen Pemasaran* (11 ed.). Jakarta: PT. Indeks
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. Singapore: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & K. L. Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 15 Jilid 1*. Jakarta:

Penerbit Indeks. P. 85.

- Lenggang Kurnia Intan Devi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Limakrisna, Nandan., & Purba, Togi Parulian. (2017). Manajemen Pemasaran Edisi 2. Machali, I. (2015). Statistik Itu Mudah: Menggunakan SPSS sebagai Alat Bantu Statistik. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata
- Manap, Abdul. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Maulanasyah, M., & Suyanto, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Sebagai Media Promosi Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Bandung Vol 6, No 1. eProceedings of Management.
- Molinillo, S. (2017). Responsible brands vs active brand. An Examination of brand personality on brand awareness, brand trust and brand loyalty. Marketing Intelligence & Planning Vol.35 Issue 2.
- Muhammad Nurhuda. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tupperware Di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Novansa, H & Ali, H. (2017). *Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness, and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products)*. Saudi Journal of Humanities and Social Sciences, Vol. 2, No. 8, 621-632.
- Pratiwi, Y. A. (2019). Analisis pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Mengonsumsi Aqua di Indonesia.
- Priyatno, D. (2018). SPSS; Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum. Yogyakarta: ANDI.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Edisi Duapuluh Dua, Cetakan Keduapuluh Dua*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M. & Sopiha. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit Andi. P.62.

- Schiffman dan Kanuk, (2015). *Consumer Behavior. 11th Edition. Global Edition.*
- Saragih, J. F. (2012). Fenomena Bermain Generasi Z dan Hubungan dengan Eksistensi Ruang Bermain Terbuka di Lingkungan Perumahan Sederhana. *ComTech*, 3(1), 8-14.
- Sari, V. A. & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 FISIP UNDIP Semarang). *Diponegoro University Journal of Social and Politic, Business Administration*, 1(1): 1-12.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian.* Jakarta. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta. P.38
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F., & Greforius, C. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian).* Yogyakarta: Andi.

- Wibowo, N. E. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Yellow Truck Cabang Sunda Bandung). e-Proceeding of Applied Science Vol 3, No 2, 230.
- Wicaksono, R. F. (2021). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Mischief Denim. Universitas Telkom.
- Widodo, A. & Yusiana, R. (2021) *Metodologi Penelitian; Penentuan Metode Dengan Pendekatan Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Bandung: Refika Aditama. P.111.

## SUMBER ONLINE

- Telkomsel Luncurkan by.U, Layanan Selular Prabayar Digital End-to-end Pertama di Indonesia. (2021). <http://www.telkomsel.com>, diakses pada tanggal 17/01/2021.
- Harga paket by.U. (2021). <http://www.byu.id/id>, diakses pada 17/01/2021
- Profil media sosial instagram by.U. (2021) <https://www.instagram.com/byu.id>, diakses pada tanggal 20/01/2021
- Pertiwi, K, W. (2021) Pengguna internet Indonesia tembus 200 juta, hampir semua “Online” dari Ponsel. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/07020097/pengguna-internet-indonesia-tembus-200-juta-hampir-semua-online-dari-ponsel>, diakses pada tanggal 28/02/2021.
- Simcard Prabayar fase 1 2021. (2021). <https://www.topbrand-award.com/en/2021/01/simcard-prabayar-fase-1-2021/>, diakses pada tanggal 28/02/2021
- Jayani, H, D. (2021). Sensus penduduk 2020: Penduduk Indonesia didominasi Gen Z dan Milenial. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/22/sensus-penduduk->

[2020-penduduk-indonesia-didominasi-gen-z-dan-milenial#](#), diakses pada tanggal 29/02/2021

Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat pada Tahun 2020. (2020).  
<https://jabar.bps.go.id>, diakses pada tanggal 23/07/2021

Persentase Penduduk Menurut Umur di Kota Bandung. (2020).  
<https://bandungkota.bps.go.id>, diakses pada tanggal 23/07/2021

CNBC. Dob. By.U Dipercaya Generasi Z Sebagai Brand Digital Pilihan. (2020).  
<https://cnbcindonesia.com/tech/20201129141733-37-205496/byu-dipercaya-generasi-z-sebagai-brand-digital-pilihan>, diakses pada 13/09/2021