

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2017). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Diperoleh tanggal 09 September 2018, dari <https://apjii.or.id/survei>.
- Abdillah, Willy & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis* (ed 1). Yogyakarta: Andi.
- Abdillah, W & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square(PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ahmadi, Chandra & Hermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ariyani, Duwi Setiya. (2018, Mei 23). Lonjakan Jumlah Pelanggan Tri Setelah Menciut Pada Akhir Masa Registrasi. Diperoleh tanggal 19 September 2018, dari <http://industri.bisnis.com/read/20180523/101/798526/lonjakan-jumlah-pelanggan-tri-setelah-menciut-pada-akhir-masa-registrasi>.
- Ayuwuragil, Kustin. (2018, Februari 13). Pengguna Internet Dominasi Pelanggan XL. Diperoleh tanggal 19 September 2018, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180213174354-213-275941/pengguna-internet-dominasi-pelanggan-xl>.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung.(2018). *Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk di Kota Bandung 2011-2016*. Indonesia. Diperoleh tanggal 23 September 2018, dari <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/106/-jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-di-kota-bandung-2011---2016-.html>.
- Bukalapak.com. (2018). Diperoleh tanggal 24 Desember 2018, dari <https://www.bukalapak.com/p/handphone/kartu-perdana/qed6sq-jual-perdana-internet-indosat-30-gb-kartu-im3-kuota-30gb>.
- Cahyani, Nidia Sri, *et.al.*,(2017). The Effect of Brand Image, Perceived Price, and Perceived Quality on Consumers' Purchase Decision of Pond's Skin Care Product. *Jurnal EMBA*, 5 (2), 354-362.
- Citra, Tamara & Santoso Suryono Budi. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 13 (2016), 67-79.

- Endah, Sulistia. (2016, April 04). Ini Dia Gaya Telkomsel Memilah dan Memilih Pelanggan. Diperoleh tanggal 21 September 2018, dari <https://telko.id/4388/ini-dia-gaya-telkomsel-memilah-dan-memilih-pelanggan/>.
- Fadilla, Dewi & Ridho, Sari Lestari Zainal. (2013). *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Fatmawati, Nurul & Soliha, Euis. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen dan Terapan*, 10 (1), 1-20.
- Ferdinan, Comaeni Enril. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki. (Studi Pada Pembeli-Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Kota Solo). *Skripsi Sarja Universitas Diponegoro*.
- Ghazali, I. & Latan, H. (2012). *Partial Least Square (PLS) Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gunawan, Hendra. (2016, November 21). Telkom Jabodetabek Jabar Siap Kuasai Pusat Persaingan Layanan Digital. Diperoleh tanggal 29 Desember 2018, dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/11/21/telkomsel-jabodetabek-jabar-siap-kuasai-pusat-persaingan-layanan-digital>.
- Harwani, Yuli & Pradita, Shindy Rmadiyani. (2017). Effect of Brand Image and Perceived Price Towards Purchase Decision in Kentucky Fried Chicken (KFC). *Journal of Marketing and Consumer Research*, 36, 13-23.
- Haryono & Wardoyo. (2012). *Structural Equation Modelling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan Amos*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Hatuti, Nusrai Bnu Hajar *et.al.*, (2018). Effect of Brand Image and Price Perception on Purchase Decision (Oppo Smartphone in Kendari City), *IOSR-JBM*, 20 (8), 76-81.
- Himbert, Lena. (2016). *Unit Pricing: Empirical Investigation of its Influences at the Product and Retailer Levels*. Germany: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Husnawati. (2017). Pengaruh *Brand Awareness* dan Persepsi Kualitas Terhadap *Buying Decision* Sepeda Motor Honda. (Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar). *Skripsi Sarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.

- Internet World Stats. (2017, Desember 31). *Top 20 Countries in Internet Users*. Diperoleh tanggal 07 Desember 2018, dari <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>.
- Iskandar. (2017, April 28). Perbandingan Tarif Internet Telkomsel, Indosat Ooredoo, dan XL. Diperoleh tanggal 09 September 2018, dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/2934633/perbandingan-tarif-internet-telkomsel-indosat-ooredoo-dan-xl>.
- Ismoyo, Bambang. (2018, Maret 15). Telkomsel Catatkan 196,3 Juta Pelanggan. Diperoleh tanggal 19 September 2018, dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read173788/telkomsel-catatkan-1963-juta-pelanggan.html>.
- Jati, Anggoro Suryo. (2018, Maret 15). Adu Kencang Internet Operator Indonesia, Siapa Menang?. Diperoleh tanggal 09 September 2018, dari <https://inet.detik.com/telecommunication/d-3917484/adu-kencang-internet-operator-indonesia-siapa-menang>.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi
- _____. (2015). *Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Amd Offset.
- Katadata. (2018, Juni 07). Adu Kecepatan Internet 4G. Diperoleh tanggal 09 Desember 2018 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/07/adu-kecepatan-internet-operator-4g>.
- Khoirunnisa. (2016, Maret 29). Perpanjang Paket Mahal, Pelanggan Pilih Kartu Perdana Internet Baru. Diperoleh tanggal 29 Desember 2018, dari <https://selular.id/2016/03/perpanjang-paket-mahal-pelanggan-pilih-kartu-perdana-internet-baru/>
- Kim, E., Ham, S., Yang, I. S., & Choi, J. G. (2013). *The Roles of Attitude, Subjective norms, and Perceived Behavioral Control in the Formation of Consumer's Behavioral Intentions to Read Menu Labels in the Restaurant Industry*. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 203-213.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2012). *Principle of Marketing* (14thed). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing Management* (14thed). New York: Pearson Education Limited.
- _____. (2016). *Marketing Management* (15thed). New York: Pearson Education Limited.

- Krisno, D. & Samuel, H. (2013). Pengaruh *Perceived Quality*, *Perceived Sacrifice* dan *Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* di Informa Innovative Furnishing Pakuon City Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1 (1), 1-12.
- Kusumo, Rio Rdityo. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perusahaan Henky Glass & Craft Di Semarang. (Studi Pada Perusahaan Henky Glass & Craft Semarang). *Skripsi Sarjana Universitas Diponegoro*.
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Miftah, Arif. (2018, Juli 19). Dampak Perkembangan Teknologi, Informasi dan Komunikasi Terhadap Perilaku Remaja di Indonesia. Diperoleh tanggal 07 Desember 2018, dari <https://www.kompasiana.com/arief91491/5b5074d05a676f2b45271638/dampak-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-terhadap-perilaku-remaja-di-indonesia?page=all>
- Olbrich, Rainer & Jansen, Hans Christian. (2014). Price-Quality Relationship in Pricing Strategies for Private Labels. *Journal of Product & Brand Management*, 429-438.
- Pane, Oon.& Rini, E.S. (2013).*Pengaruh Brand Equity*.Jakarta: Erlangga.
- Pardede, Ratlan. (2015). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10 (1), 55-79.
- Permana, Magyar Slamet & Haryanto Jony Oktavian. (2014). Pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image*, dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 365-380.
- Pratama, Donnie. (2018, Mei 31). Tingkatkan Jumlah Pelanggan, Smartfren Optimis Pendapatan Naik Double Digit Tahun Ini. Diperoleh tanggal 19 September 2018, dari <https://selular.id/2018/05/tingkatkan-jumlah-pelanggan-smartfren-optimis-pendapatan-naik-double-digit-tahun-ini/>.
- Rachmawati, Ai Rika. (2018, Februari 13). Traffic Data Bandung Lebih Tinggi Dari Jakarta. Diperoleh tanggal 08 Desember 2018, dari <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2018/02/13/traffic-data-bandung-lebih-tinggi-dari-jakarta-419488>.
- Ramadhan, Bagus. (2018, Februari 06). Inilah Perkembangan Digital Indonesia Tahun 2018.Diperoleh tanggal 19 September 2018, dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018>.

- Rizal. (2017, April 29). Tarif Data Telkomsel mahal?Cek di sini.Diperoleh tanggal 21 September 2018, dari <https://www.idntimes.com/news/indonesia/rizal/tarif-data-telkomsel-paling-mahal-cek-di-sini/full>.
- Samosir, Charlie Bernando H. & Prayoga, Arif Bowo. (2015). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol 1 (3).
- Sangadji, E.M. & Sopiah.(2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Santosa, Paulus Insap. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, Hutami Permita. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di DIY). *Skripsi Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Schiffman, L. & Wisenblit.L. (2015).*Consumer Behavior* (11thed). New York: Pearson Education.
- Setianingsih, Nur Fajar. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Pada Konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta). *Skripsi Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Shintaputri, Ikaningrum & Wuisan, Amelia Jane. (2017). The Impact of Perceived Price Towards Perceived Value Through the Mediation of Perceived Quality: A Case of Brand X Smartphone in Indonesian Middle-Class Customers. *iBuss Management*, 5 (1), 29-42.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2014). *Statistik Untuk Penelitian* (cet ke-18). Bandung: Alfabeta.
- _____.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen*.Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- _____. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*.Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

- Telkomsel. (2018). Diperoleh tanggal 19 September 2018, dari <https://www.telkomsel.com/en>.
- Toha, Miftah. (2014). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2016). *Service Quality and Satisfaction* (edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Wasil, Mohammad. (2017). Pengaruh *brand awareness, brand association, dan perceived quality* terhadap keputusan pembelian Water Purifiers merek Forbes dari PT. EURO P2P DIRCT INDO Samarinda. *Forum Ekonomi*, vol 19 (2), 137-147.
- WeAreSocial. (2018). *World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark*. Diperoleh tanggal 19 September 2018, dari <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
- Wicaksono, Bagas Rifki. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet yang Dimediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Provider Tri Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Widyastuti, Sri & Said, Muhammad. (2017). Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception. *International Journal Supply Chain Management*, 6 (4), 199-207.
- Wora, Jon Carlos. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo. *Skripsi Sarjana Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Yakasai, Abu Bakar & Jusoh, Wan Jamaliah. (2015). Testing the Theory of Planned Behavior in Determining Intention to Use Digital Coupon among University Students. *International Accounting and Business Conference*, (31), 186-193.
- Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Zaenudin, Ahmad. (2018, Februari 19). Beda Perilaku Laki-laki Dan Perempuan Dalam Menggunakan Internet. Diperoleh tanggal 27 Desember 2018, dari <https://tirto.id/beda-perilaku-laki-laki-dan-perempuan-dalam-menggunakan-internet-cEWT>.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. (2013). *Service Marketing: integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed). Boston: McGraw-Hill Irwin.