

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, & Sugiharto. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1 - 8.
- Abdullah, Thamrin., and Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Abdurahman et al. (2011). *Metode Statistika. Cetakan Kesatu*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Apjii.or.id. (2015). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2015. Diakses pada 27 Desember, 2020. <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2015>.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembilan*. Alfabeth, Bandung.
- Buchory, A., dan Saladin, Djaslim. (2010). *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Basuki, Agus Tri & Prawoto, Nano. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EViews*. Depok : PT Rajagrafindo Persada.
- Databoks.katadata.co.id. (2020). *Pengguna Smartphone diperkirakan mencapai 89 persen pada 2025*. Diakses pada 28 Desember, 2020. Dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Familmaleka, M., Aghighi, A., & Hamidi, K. (2013). *The influence of sales promotion on customer purchasing behavior. International Journal of Economics & Management Science*. Vol, 4. No,4.
- Fandy, Tjiptono., dan Gregorius, Chandra. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Jogjakarta: CV Andi Offset.

- Fransiska, A. (2014). Pengaruh Promosi Oleh Harian Pagi Tribun Manado Terhadap Minat Beli Masyarakat di Kota Manado. *Journal Acta Diurna*. Vol. 3, No.3.
- Fauziannyah, R., & Rachmawati, I. (2018). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Indihome Di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management* .Vol.5, No.3.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Huery, R, Y., Chien, S., & Tsai, Y. *The Influence of Perceived Value on Consumer Purchase Intention : the Moderating Effect of Advertising Endorser*. Nanhua University.
- Indihome.co.id. (2017). *About Indihome*. Diakses pada 28 Desember, 2020. Dari <https://www.indihome.co.id/about-indihome>.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung : Aditama.
- Kawuriyan, S., RR. (2014). Pengaruh strategi marketing mix terhadap minat beli konsumen (studi pada Netbook “acer Aspire One”). *Universitas Sebelas Maret*.
- Khusna, K, G. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Dunkin Donuts Bandung. *Universitas Telkom*.
- Kurniawan, R. (2014). Analisis pengaruh Promosi terhadap minat beli produk baru pada produk sepatu aldo di bandung. *Skripsi pada Universitas Telkom*.
- Kotler, P., & Keller. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. (2012). *Marketing Management, Edisi 14*. New Jersey: Prentice-Hall Published.

- \_\_\_\_\_. (2013). *Marketing Management*. Global Edition Pearson Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Lovelock, C., & John, Wirtz. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta : Erlangga.
- Mucai, G., & Kitnijhi, E. (2016). *Extended Promotion and Customer's Interest In Buying Non-Star Hotels in Meru Municipality Kenya. International Review of Management and Business Research*. Vol. 2, Issue. 3.
- Monle, L., & Carla Johnson. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Persepektif*. Global. Jakarta: Kencana.
- Morisson. M. A. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasar Terpadu*. Jakarta : Kencana
- Oesman, Y, M., & Saladin, Djaslim. (2010). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Petra, S, M, W., & Teguh, C. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli di Online Shop Specialis Guess. *JRMB*. Vol. 7. No.2.
- Putri, Indira. (2015). Pengaruh Brand Image terhadap minat beli konsumen CV. Purnama Rasa Bandung. *Skripsi pada Universitas Telkom*.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Pradana, A. (2014). Pengaruh Biaya promosi terhadap Minat beli PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. Periode tahun 2005-2013. *Universitas Telkom*.
- Priyaga, B. (2013). Pengaruh word of mouth terhadap minat beli konsumen Pay-TV indovision di kota tasikmalaya. *Universitas Telkom*.
- Rizky, F, M., & Yasin, H. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 14, No. 2.

- Razak, I. (2016). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian produk tupperware PT. Fajar Puncak Pratama Bandung. *Universitas Telkom*.
- Riduwan. (2009). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rizki, N., R, & Wardhana, A. (2015). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen di caffe Bene Bandung. *Universitas Telkom*.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama.
- Riduwan.(2010). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, A. (2011). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Santoso, S. (2002). *SPSS Versi 11.5*. Cetakan Kedua: Gramedia, Jakarta.
- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- \_\_\_\_\_.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Suharsaputra, U. (2014). *Metode Penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santini, O, F., Perin, G, M., & Vieira, A, V. (2015). *An analysis of the influence of discount sales promotion in consumer buying intent*. *Revista de Administração*. 50(4):416-431.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Solomon dan Elnora. (2013). *Definisi Targeting*. thomasskurafi.wordpress.com, 29 Desember 2020.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. (2010). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Telkom.co.id.(2020). *Profil dan Riwayat Singkat*. Diakses pada 28 Desember, 2020 dari [https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id\\_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat](https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat).
- Techno.okezone.com.(2012). *Pengguna Internet di Indonesia tembus 63 juta*. Diakses pada 28 Desember, 2020 dari <https://techno.okezone.com/read/2012/12/12/55/731115/2012-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-63-juta>.
- Widyaningrum. (2017). Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Crispy Rice Crackers . *Jurnal Manajemen ; Star-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6*, 634-641.
- Winarni, J., Zubaidah, S., dan Koes, S.(2016). *STEM: apa, mengapa, dan bagaimana*. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan IPA Pascasarjana*. Malang: Universitas Negeri Malang.

Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer & Praktis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Zikmund, William G., et al. (2010). *Business Research Methods (eight edition)*. South Western, USA: Cengage Learning.