

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi, 22, 103-150.
- Afriani, L. N., & Setyono, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Yogyakarta). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 7(2), 123.
- APJII. (2022). *Hasil Survei Profil Internet Indonesia 2022*. [online] <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Hasil-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022> [17 September 2022]
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 132–144.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang*. 3, 14–34.
- Bahri, Syamsul, & Zamzam. (2015). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Deepublish Publisher.
- Bayu Putra, R., Yeni, F., Fitri, H., & Hutapea, N. (2020). The Role of Consumer Satisfaction in Mediating Service Quality and Brand Image on Consumer Loyalty. *Sentralisasi*, 9(2), 108.
- Buchory, A. H., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bustinza, O. F., Vendrell-Herrero, F., Perez-Arostegui, M., & Parry, G. (2016). Technological capabilities, resilience capabilities and organizational effectiveness. *International Journal of Human Resource Management*, 30(8), 1370–1392.

- Diamantopoulos, A., & Winklhofer, H. M. (2001). Index construction with formative indicators: An alternative to scale development. *Journal of Marketing Research*, 38, 269–277
- Dimiyati, M., & Subagio, N. A. (2016). Impact of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty with the mediation of Customer Satisfaction on Pos Ekspres in East Java. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(4), 75–86.
- Evanschitzky, H., Iyer, G. R., Hesse, J., & Ahlert, D. (2004). E-satisfaction: A re-examination. *Journal of Retailing*, 80(3), 239–247.
- First Media. (2021a). *First Media Kembali Terpilih Menjadi Salah Satu Brand Paling Direkomendasikan oleh Pelanggan*. [online]. <https://www.firstmedia.com/article/first-media-kembali-terpilih-menjadi-salah-satu-brand-paling-direkomendasikan-oleh-pelanggan> [28 Oktober 2021]
- First Media. (2021b). *Mohon Maaf Sedang Terjadi Gangguan pada Internet Anda*. <https://www.firstmedia.com/article/mohon-maaf-sedang-terjadi-gangguan-pada-internet-anda> [28 Oktober 2021]
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). Partial Least Square Concepts. *Methods and Applications Using the Warp PLS*, 5.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Hamid, M. R., Sami, W., & Sidek, M. M. (2017, September). Discriminant validity assessment: Use of Fornell & Larcker Criterion Versus HTMT Criterion. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 890, No. 1, p. 012163). IOP Publishing.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing*. Emerald Group Publishing Limited.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135.

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Marketing an Introducing Prentice Hall* (17th ed.). England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *A Framework for Marketing Management*. England: Pearson.
- Kurniawan, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di Kota Tarakan*.
- Lau, A. K. W., Yam, R. C. M., & Tang, E. P. Y. (2010). The impact of technological innovation capabilities on innovation performance: An empirical study in Hong Kong. *Journal of Science and Technology Policy in China*, 1(2), 163–186. <https://doi.org/10.1108/17585521011059893>
- Line. (2021). *Pemaksaan Berlangganan First Sport Pack First Media, Netizen Lakukan Pengaduan. Line Today*. [online]. Tersedia: <https://today.line.me/id/v2/article/ZGeBOX> [28 Oktober 2021]
- Linknet. (2021). *Coorporate Overview*. [online]. <https://www.linknet.co.id/2021/linknet/about.html#CorporateInfo> [28 Oktober 2021]
- First Media Churn Research Project. (2021). *Complaint and Churn Report (As Request)*. Jakarta: First Media
- Lise Tiasanty, & Sitio, A. (2020). Analysis of the Effect of Service Quality, Product Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and Its Implications on Consumer Loyalty Pt. Sharp Electronics Indonesia (Case Study At Karawang Sharp Direct Service Station). *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6(6), 197–212.
- Lv, W. D., Tian, D., Wei, Y., & Xi, R. X. (2018). Innovation resilience: A new approach for managing uncertainties concerned with sustainable innovation. *Sustainability* (Switzerland), 10(10). <https://doi.org/10.3390/su10103641>
- Maulidi, A. N., Rachma, N., & Rahmat, A. (2019). *Pengaruh Trust dan Commitment Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pada Lembaga Bimbingan Belajar Neutron Kota Malang*. 8(7), 218–230.
- Mothersbaugh, D., Hawkins, D., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Education.

- Nainggolan, F., & Hidayet, A. (2020). The Effect Of Country Of Origin, Brand Image, Price Fairness, And Service Quality On Loyalty Toward iPhone Mobile Users, Mediated By Consumer Satisfaction. *European Journal of Business and Management Research*, 5(1), 1–5.
- Nurgiyantoro, B., Gunawan, & Marzuki. (2015). *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Onwughalu, O. O., & Amah, E. (2017). Ambidexterity and Organizational Resilience of Telecommunication Firms in Port Harcourt, Rivers State. *Archives of Business Research*, 5(11).
- Pertiwi, Novi Indah, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Parabola Matrix Di Kota Batam. *Jurnal Ilimiah Core IT*, 8(1), 43–52.
- Pratomo, Y. (2020). *First Media Catat Kenaikan Jumlah Pelanggan Terbesar Saat WFH*. *Tekno Kompas*. [online]. Tersedia: <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/07/12211717/first-media-catat-kenaikan-jumlah-pelanggan-terbesar-saat-wfh> [28 Oktober 2021]
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Pelanggan dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putera, A. K., & Wahyono. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 7(1), 110–119.
- Rahman, G., & Rayuwanto. (2020). Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rumah Makan Rocket Chicken Sampit). Gajali Rahman, R. *E-Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(1), 39–49.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Pelanggan: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya menggunakan SMARTPLS)*. Andi.
- Sekaran, & Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st ed.). Jakarta: Erlangga.

- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant.
- Soenarso, S. A. (2020). *Survei Markplus: Fixed broadband jadi pilihan masyarakat Jabodetabek akses internet*. Kontan. [online]. Tersedia: <https://industri.kontan.co.id/news/survei-markplus-fixedbroadband-jadi-pilihan-masyarakat-jabodetabek-akses-internet> [28 Oktober 2021]
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Top Brand. (2020). *Top Brand Index Internet Service Provider*. [online]. <https://www.topbrand-award.com/2020/03/top-brand-index-tracking-isp-fixed/> [28 Oktober 2021]
- Ulfa Syahria Balgis, N. Rachma, M. H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 87–96.
- Wardi, Y., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2017). Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(1).
- Wijiyanty, M., Hamid, F. Z., & Kurniawan, R. (2016). Politeknik negeri jakarta. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta*, 8.
- Wilson, N. (2018). The Impact of Service Quality and Brand Image toward

Customer Loyalty in the Indonesian Airlines Industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(3).

Yang, Z., & Peterson, R. T. (2016). Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: The role of switching costs. *Psychology & Marketing*, 21(10), 799–822.

Zain Afif, H., & Martini, E. (2018). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Cottage Daarul Jannah Bandung. *Journal IMAGE*, 7(2), 76-83.