

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, E. (2017). Analisis Penetapan Harga Bensin Eceran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Bensin Eceran di Desa Tanjung Baru Kecamatan Merbau Mataram Lampung Selatan). Institut Agama Islam Negeri Raden Intan.
- Amelia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Purwokerto Tahun Akademik 2020/2021). IAIN Purwokerto.
- Amin, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Di Uin Suska Riau). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Anonim. (2021). Top Brand Index Simcard Prabayar. Top Brand Award. www.topbrand-award.com
- Anonim. (2022). Dua fenomena ini butuh layanan internet yang prima. Indotelko.Com. <https://www.indotelko.com/read/1646974585/dua-internet>
- Anonim. (2022). Harga Kuota. Konterkuota.Com. konterkuota.com
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Arizal, G. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian My Bluebird Di Pangkalan Taksi Blue Bird Stasiun Gubeng Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2019). Manajemen Pemasaran (UMKM dan Digital Sosial Media). Yogyakarta: Deepublish.
- Choiriyah, W. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Jaringan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa UNY Kampus Wates yang Menggunakan Kartu Internet Indosat). ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 1(2), 47–57. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i2.2567>
- Devi, L. K. I. (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.
- Dewi, C. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie Setan Malang .Universitas Muhammadiyah Malang.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Evandio, A. (2020). ‘Perang’ Layanan ala Operator Telekomunikasi di Tengah Social Distancing. Teknologi.Bisnis.Com. <https://teknologi.bisnis.com/read/20200318/101/1215150/perang-layanan-ala-operator-telekomunikasi-di-tengah-social-distancing>

- Fahmi, M. H. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Distro Kaos Miko Kota Dumai. Universitas Islam Negeri Sultan Kasyim Riau.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Halimah. (2019). Persepsi Orang Tua Terhadap Minat Studi Lanjut Anak Perempuan ke Perguruan Tinggi di Desa Getassrabi Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus. IAIN Kudus.
- Haryanto, A. T. (2021). Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta. DetikInet. inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta
- Haryanto, A. T. (2021). Survei nPerf: Ini Operator Seluler Terbaik Indonesia di 2020. DetikInet. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-5469759/survei-nperf-ini-operator-seluler-terbaik-indonesia-di-2020>
- Ida, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderating (Survei Pada Konsumen Pizza Hut Cabang Madiun). Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Ikhwani, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di PT. Smartfren Telecom. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Indriani, T. S. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Lesehan Meru Pacet. Universitas Islam Majapahit.
- Jatmiko, L. D. (2021). Ternyata Ini yang Bikin Pendapatan Data XL Axiata (EXCL) Turun. *Teknologi.Bisnis.Com*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20210215/101/1356561/ternyata-ini-yang-bikin-pendapatan-data-xl-axiata-excl-turun>
- Khoirunnisa, H. F. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ultra Cover Bb Cream Maybelline Pada Watsons Ciplaz Karawang. Universitas Pasundan.
- Lisapaly, D. C. E. (2021). Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bank. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Mahdi, I. (2018). Pengaruh Persepsi Harga Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Smartphone Android Cina Di Kalangan Konsumen Muda Di Kota Makassar. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

- Mandasari, N. (2020). Pengaruh Brand Trust, Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo). Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Monika, G. K. (2019). Pengetahuan dan Sikap Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Oleh-oleh di Bakpiaku Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(2014), 1–15.
- Nugroho, F. A., & Dr. Drs. Agung Yuniarinto MS., C. (2021). Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Kediri). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UNIVERSITAS BRAWIJAYA*, 10(1), 14.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Pradana, F. R. (2018). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Xenia Pada Asco Daihatsu Di Kabupaten Jember. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Pramudana, K. A. S., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 2247. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i10.p02>
- Rifa'i Bayu, Ni Wayan Eka Mitariyani, & I Gusti Ayu Imbayani. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar, 1(4), 1–12.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Rosmitha, S. N. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung) [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].
- Saniyyah, R. S. A. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Iphone (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Pasundan Bandung). Universitas Pasundan.

- Saputra, E. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Pada Konsumen Teh Botol Sosro Di Minimarket Mina 1 Surabaya). Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Sari, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Konsumen Bedak Marcks pada Indomaret di Yogyakarta). Universitas Sanata Dharma.
- Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, S., Nugroho, L., Arifudin, O., Hanika, I. M., Haerany, A., Rusmana, F. D., & Rijal, K. (2020). Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (21st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suseno, A. W. (2018). Hubungan Citra Merek Dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Gadget Online. UIN Suraabaya.. <https://doi.org/http://digilib.uinsby.ac.id/22293/>
- Syahreza, B. (2021). Kecepatan Akses Internet XL dan Axis yang Sangat Lambat. *Mediakonsumen.com*. <https://mediakonsumen.com/2021/09/28/surat-pembaca/kecepatan-akses-internet-xl-dan-axis-yang-sangat-lambat>
- Ulfi, K., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Data Internet Pt Indosat Ooredoo Di Kota Bandung. 8(4), 3609–3616.
- Utami, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wedding Organizer Syaqlia Pesta (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Perawang Kabupaten Siak). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Venirra, S. V. (2021). Analisis Brand Trust Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Di Cabang Taman Sidoarjo. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Vicky. (2021). XL Menipu Konsumen? *Mediakonsumen.com*. <https://mediakonsumen.com/2021/08/07/surat-pembaca/xl-menipu-konsumen>
- Wijoyo, H. (2021). Studi Kelayakan Bisnis. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Wulan, L. R. (2017). Persepsi peserta didik SMP N 14 Bandar Lampung dalam mengenakan hijab. UIN Raden Intan Lampung.
- Zulfa, N. K. (2019). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap

Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Konsumen Smartphone Merek Vivo Di Magelang). Universitas Muhammadiyah Magelang.