

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, G. N., & Rahmawati. (2020). Analisis Pengaruh Threat Emotion Konsumen, Brand Trust dan Corporate Image pada Keputusan Penggunaan Jasa. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Journal of Theory and Applied Management*, 13(1), 49–62. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i1.17054>
- Adiatma, D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa J&T Express. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(03), 20–30. <http://www.topb>
- Akbar, F. F. A., & Sari, A. (2018). *The Influence Of The Prices Of Products The Consumer's Purchasing Decision Against Indihome*.
- Ali, B. J. (2021). *Assessing (The Impact) Of Advertisement On Customer Decision Making: Evidence From An Educational Institution*. <https://ssrn.com/abstract=3764088>
- Amandeep, Varshney, Dr. S., & Aulia, S. (2017). The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision with Reference to Consumer Durable Goods in Oman. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 5(12), 11–19. <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0512002>
- Andari, R., & Napu, D. M. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Domestik Di Davina Tour And Travelgorontalo. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journa*, VI(1), 1013– 1022.
- Ariyanti, A. (2016). *Pengaruh Brand Predictability, Brand Liking, Brand Competence, Brand Reputation, Dan Trust In The Company Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Smartphonesamsung Di Purworejo)*. 1–131.
- Azis, M. D. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kompetensi Tenaga Penjual Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Menggunakan Kembali Jasa Pada Pt. Mandala Multifinance Cabang Palu*.
- Azizah, A. L., Rusmawati, Y. D., & Novitasari, A. D. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Perceived Quality terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Delivery Cak Ed Di Kota Lamongan. In *Oktober* (Vol. 5, Issue 2). <http://jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora>
- Chanaya, N., & Sahetapy, W. L. (2020). *Pengaruh Brand Experience Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Wedding Organizer Perfect Moment* (Vol. 8, Issue 1). <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSem6O36oExK3Co>

- Citra, T., & Santoso, B. S. D. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- David & Rangkuti, F. (2014). *Manajemen Strategi*, Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat
- Dewi, P. A. S., Wulandari, N. L. A. A., & Suputra, G. A. (2021). *Pengaruh Brand Trust dan Brand Preference Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome* (Vol. 1, Issue 4).
- Dewi, R. S., Rahadhini, M. D., & Suprayitno. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Skincare Larissa Aesthetic Center Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(4), 502–510.
- Elsyanada, E., Basalamah, M. R., & Normaladewi, A. (2022). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Konsumen (Studi Pada Pelanggan Online Travel Agent Tiket.Com)*. www.fe.unisma.ac.id
- Endriani, D. (2018) Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung). In *Biomass Chem Eng* (Vol. 3, Issue 2).
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Firnanda, M. A., & Asnawati. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, Brand Trust terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 1, 407–413. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/PROSNMEB>
- Fitrori, I., & Hidayat, I. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Promosi, Harga, Kualitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Indihome*.
- Furaji, F., Łatuszyńska, M., Wawrzyniak, A., & Wąsikowska, B. (2013). Study On The Influence Of Advertising Attractiveness On The Purchase Decisions Of Women And Men. *Journal of International Studies*, 6(2), 20–32.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*

23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Homer, E. C. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Jasa PT Jne Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Usu*. 1–110.

I. Maslakhah, S. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–15.

Ifeanyichukwu, C. D. (2016). Effect of Celebrity Endorsements on Consumers Purchase Decision in Nigeria. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences (IRJMIS)*, 3(9), 103–110. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v3i9.261>

Ilahi, M. Y. (2019). *Pengaruh Sikap Terhadap Iklan Dan Daya Tarik Iklan Tokopedia Di Media Sosial Youtube Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Makassar*.

Jacob, A. A., Lapian, J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *EMBA*, 6(2), 988–997.

Jatiningsih, A., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembeliandengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Gojek (Studi Pada Mahasiswa Di Yogyakarta). In *Jurnal Manajemen Diversifikasi* (Vol. 2, Issue 1).

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Prenhalindo. Jakarta

Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala*, XVIII (1), 59–66.

Lau, G. T. & Lee, S. H., 1999. Consumer Trust in a Brand and the link to Brand Loyalty. *Journal of market Focused Management*, 4(4): 341-390.

- Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, K. L. (2015). Online Hotel Booking: The Effects Of Brand Image, Price, Trust And Value On Purchase Intentions. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210–218. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2015.03.005>
- Lisnawati, I. D., & Udayana, I. (2018). Pengaruh Aksestabilitas, Kompetensi, Sikap Moneter, Dan Pengalaman Positif Pengguna Jasa Asuransi Prudential Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 43–48.
- Naggar, R. A. A. el, & Bendary, N. (2017). The Impact of Experience and Brand trust on Brand loyalty, while considering the mediating effect of brand Equity dimensions, an empirical study on mobile operator subscribers in Egypt. In *The Business and Management Review* (Vol. 9). ABRM.
- Nguyen, N.-L., Tran, T.-T., & Vo, M.-P. (2020). The Effect of Lifestyle, Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 5, Issue 3). www.ijisrt.com
- Nofianti, R. (2014). Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gadget. 194-200
- Noviandini, N. P. T., & Yasa, N. N. K. (2021). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Electronicword Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(11),n 1201–1220. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i11.p08>
- Nurlaila, N., Nainggolan, W. N., & Nurlinda. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan. *JAKP : Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 4(1), 33–43.
- Nurochani, N., & Mulyana, D. (2017). Pengaruh Servicescape Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Klinik Bersalin Bunga Mawarni Kota Banjar). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 11–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.11-15>
- Purnamasari, Y. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Lion Airpada PT. Global Mitra Wisata Kota Bengkulu*. 1–113.
- Putih, R. M. (2022). *Pengaruh Harga, Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Kota Jember*.
- Putra, A. F. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Berlangganan Indihome Pada Pt Telkom Witel Medan Indonesia*.

- Putri, A. N. (2021). Analisis Pengaruh Citra Perusahaan Serta Kepercayaan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pos Express Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Medan 20000. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonimi Dan Bisnis (JIMEIS)*, 1(3), 1–10.
- Putro, R. Y. A., & Kamal, M. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya* (Vol. 10, Issue 2). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/smo>
- Rizan, M., B. Saidani, dan Y. Sari. 2012. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indoneisa*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-17.
- Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2019). Pengaruh E-WOM, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri). *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 233–246. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/bisnis/index>
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare). *Ekonomika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(2), 118–135. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i2.186>
- Sari, V. E. (2019). *Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api)*. 7(4), 474–487. www.emarketer.com
- Sinaga, A.H. (2021). Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian IndiHome pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Medan. In *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Tampi, D., Agus, & Jacky. (2016). pengaruh kualitas produk, harga dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy pada PT.Daya Adicipta Wisesa . *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* vol.4 no 1 . ISSN 2303-1174 EISSN 26226219 akreditasi Nomor: 36/E/KPT/2019 13 DESEMBER 2019, 990-999.
- Teddy, A., Dinda, A., & Zuliestiana, S. E. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi*

Gofood Di Kota Bandung The Influence Of Brand Image, Price, And Product Quality On Purchase Decisions Through Gofood Application In Bandung City.

Thuy, V. N., Anh, N. T. N., & Binh, N. T. X. (2022). Impact Of Brand Equity On Consumer Purchase Decision: A Case Study Of Mobile Retailer In Hochiminh City, Vietnam. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(2), 229–239. <https://doi.org/10.15549/jeecar.9i2.762>

Wahyuni, M.D. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *Manajerial*, 5(1), 30. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v5i1.737>

Widiyanti, E. T., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Communication, Brand Trust, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Perawatan Kecantikan (Studi Kasus Pada Konsumen Perempuan di Larissa Aesthetic Center Semarang).*

Wiradinata, M. D. N. (2017). *Pengaruh Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pemakai Indihome Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk.*

Wulanda, N., Wahab, Z., & Widad, A. (2019). *Pengaruh Harga, Word Of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus Di Un Production).*

Yanti, N. D., & Kamil, Drs. K. (2020). *Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Transportasi Ojek Online Go-Ride.*

Yazia, V. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Journal of Economic and Economic Education*, 2(2), 165–173. <https://doi.org/10.22202/economica.2014.v2.i2.229>

Sumber Internet:

<https://www.indihome.co.id/> (diakses tanggal 14 Agustus 2022)

<https://telkom.co.id/sites> (diakses tanggal 14 Agustus 2022)