

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, C. T., dan Tania, A. (2018). Fashion attributes preferred by young Bangladeshi consumers while buying casual clothes: A multi-dimensional approach. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22(4), 540–556. <https://doi.org/10.1108/JFMM-02-2018-0018>
- Akhilesh, B., dan Stanislaw, W. (2009). Systems Analysis and Design for Advanced Modeling Methods: Best Practices. *Science Reference IGI Global*, 4(1).
- Amir, M., dan Puspita, M. (2021). Analisis Atribut-Atribut Yang Mempengaruhi Pemilihan Provider Internet Oleh Pengguna Smartphone Dengan Metode Conjoint (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo). *Prosiding SNAST*, 55-63
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen: Fungsi, Proses, dan Pengendalian*. Mitra Wacana Media.
- APJII. (2020). *Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia*. APJII.
- Batavio, A. B., Tripiawan, W., dan Amani, H. (2017). Consumer preference in using the services of bukalapak website with conjoint method. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 277(1), 012003.
- Biznet. (2020). *Biznet Home Internet*. Biznet. <https://www.biznethome.net>
- Cristy, M. D. (2020). *COVID-19*. Alodokter. <https://www.alodokter.com/covid-19>
- Damiati, Masdarini, Suriani, Made, Istri, dan Widiartini. (2017). *Perilaku Konsumen*. PT Raja Grafindo Persada.
- Databoks. (2016). *Perkiraan Jumlah Pelanggan TV Berlangganan 2010-2017*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/perkiraan-jumlah-pelanggan-tv-berlangganan-2010-2017>
- Databoks. (2020). *Proyeksi Pelanggan Internet di Indonesia 2017-2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/113177/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>
- Fatihudin, dan Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Penerbit Depublish.
- Firstmedia. (2020). *Why Firstmedia?* Frstmedia. <https://www.firstmedia.com/product/why-first-media>

- Gustiadik, A. M., & Sharif, O. O. (2019). Analisis Customer Value Index Dalam Memilih Restoran Di Indonesia. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 279-290.
- Habibah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 17, 1(1).
- Hair, Black, W. C., Anderson, R. E., dan Babin, B. J. (2014). *Multivariate Data Analysis : New International Edition*. Pearson Education.
- Harish, G. A., dan Wardhana, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *E-Proceeding of Management*, 3.
- Hustvedt, G., dan Dickson, M. (2009). Consumer likelihood of purchasing organic cotton apparel: Influence of attitudes and self-identity. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 13, 49–65. <https://doi.org/10.1108/13612020910939879>
- Ibrahim, Alang, A., Haq, A., dan Madi. (2018). *Metodologi Penelitian*. Gunadarma Ilmu.
- IndiHome. (2019). *Apa itu IndiHome?* IndiHome. <https://IndiHome.co.id/about-IndiHome>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Aditama.
- Kominfo. (2020). *Kesembuhan Kumulatif COVID-19 Semakin Bertambah Mencapai 470.449 Orang*. Kominfo. [https://kominfo.go.id/content/detail/31255/kesembuhan-kumulatif-covid-19-semakin-bertambah-mencapai-470449-orang/0/virus\\_corona](https://kominfo.go.id/content/detail/31255/kesembuhan-kumulatif-covid-19-semakin-bertambah-mencapai-470449-orang/0/virus_corona)
- Kompas. (2016). *Beralih ke IndiHome Triple Play, Nikmati Manfaat Lebihnya!* Kompaspedia. <https://biz.kompas.com/read/2016/09/26/083133728/beralih.ke.IndiHome.triple.play.nikmati.manfaat.lebihnya>
- Kotler, dan Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, Phillip, dan Keller, K. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.

- Limakrisna, N., dan Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam bisnis* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Lupioyadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Mothersbaugh, dan Hawkins. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy 13th Edition*. McGraw-Hill Education.
- Newswire. (2016). *Layanan Triple Play: Operator Telekomunikasi Hadapi Tantangan Berat. Bisnis. Teknologi. Bisnis.*  
<https://teknologi.bisnis.com/read/20160212/101/518505/layanan-triple-play-operator-telekomunikasi-hadapi-tantangan-berat>
- Nova, F. (2016). *Republic Relation*. Media Bangsa.
- Nugroho, A. A. (2018). Semiotic Analysis on The Cover of The Tempo Magazine 4 - 11 June 2018 Edition. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 6(1 SE-Articles), 61–66.  
<https://doi.org/10.37826/spektrum.v6i1.55>
- Pratomo, Y. (2020). *First Media Catat Kenaikan Jumlah Pelanggan Terbesar Saat WFH*. Tekno Kompas.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rahardjo, S. A. (2017). Analisis Atribut Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Produk HOMDS Teh Hijau. *Jurnal Manajemen Dan Start- Up Bisnis*, 1(2).
- Rochim, A. (2020). *Penggunaan Internet Melonjak di Masa Pandemi Covid-19, Paling Banyak Digunakan untuk Kirim Pesan.* Inews.  
<https://www.inews.id/techno/internet/penggunaan-internet-melonjak-di-masa-pandemi-covid-19-paling-banyak-digunakan-untuk-kirim-pesan>
- Rüth, J., Schmidt, F., Serror, M., Wehrle, K., dan Zimmermann, T. (2017). Communication and networking for the industrial Internet of Things. In *Industrial Internet of Things* (pp. 317-346). Springer, Cham.
- Saleh, U. H. (2020). *IndiHome Ditargetkan Punya 1,3 Juta Pelanggan Baru di 2020*. Suara.
- Sandjojo, dan Nidjo. (2014). *Metode Analisis Jalur dan Aplikasinya : Edisi Revisi*. Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat. Edisi Revisi*. PT. Elix Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Schiffman, L., dan Wisenbit, J. L. (2015). *Consumer Behavior: Eleventh Edition. United States of America*. Pearson Education.
- Setia, M. (2016). Methodology series module 3 : Cross-Sectional Studies. *Indian Journal Of Dermatology*, 61(3), 261.
- Setyanto, L. E., Arifin, Z., dan Sunanti. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 20.
- Shaury, S. (2019). Analisis Positionig e-Wallet Berdasarkan Perceptual Mapping. *SEIKO : Journal of Management and Business*, 3(1), 187–198.
- Shidrawi, G. S., dan Suyanto, A. M. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Sepatu Berbahan Dasar Kulit di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 6(1).
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being*. Prentice Hall.
- Srinanda, D., & Mustikasari, A. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Di Kota Bandung Terhadap Atribut Produk Televisi Berbayar Tahun 2018. *JTIM-Jurnal Teknologi Informasi & Manajemen*, 1(01), 39-46.
- Sudarmon, L. H. (2016). Analisis Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Faktor-Faktor yang Membentuk Preferensi Merek Coffee Shop di Social Media. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–11.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RdanD*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.
- Tempo. (1987). *Apa Arti Televisi Kabel*.  
<https://majalah.tempo.co/read/media/32811/apa-arti-televisi-kabel>
- Tjiptono. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi.
- Top Brand. (2020). *Top Brand Index : Top Brand Award*. [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=IndiHome](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=IndiHome)

- Ursachi, G., Horodnic, I., dan Zait, A. (2015). How Reliable are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20(1), 679–686.
- Wartaka, M. (2016). Analysis Of The Consumers Preferences Of Lipstick Product And Its Relationship With The Segmentation Of The Lipstick Products. *The Management Journal of Binaniaga*, 7(1).