

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, M. (2022). *Perang Tarif Internet, Pengusaha Fixed Broadband Kudu Kreatif*. Diakses pada tanggal 10 januari 2023 pada <https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/145997/perang-tarif-internet-pengusaha-fixed-broadband-kudu-kreatif>.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Agustini, E. V., & Suasana, Gd. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Bali. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 25 No. 1.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Asmoro, A, A. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Pengguna Jasa Internet MNC Play Media*. Skripsi pada Universitas Diponegoro.
- Aaker, D. (2014). *Building Strong Brands*. (A. Baderi, Trans.) Jakarta: Bumi Aksara.
- Armandhani, H., & Sukaatmadja, I. (2014). Analisis Perbandingan Brand Equity Produk Obat Anti Nyamuk Oles Merek Autan Dengan Merek Soffel Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 3(1).
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & REVIEWS*. Depok: PT Rajagrafindo persada.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2016). *Retail Mangement: A Strategic Approach* (8 ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Cnbcindonesia.com. (2022). *Mengenal Apa Itu Internet, Sejarah Perkembangan & Manfaatnya*. Diakses pada tanggal 15 januari 2023 pada <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220921131159-37-373856/mengenal-apa-itu-internet-sejarah-perkembangan-manfaatnya>.
- Crisharley, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan pelanggan Maskapai Lion Air Indonesia*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 18–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jkbm.v3i2.357>.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar*

Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

- Feizel, M., & Rachmawati, I. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Sony Xperia di Indonesia. *eProceedings of Management*, 6(2), 1820–1827.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hutomo, D, P, T. (2019). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi (Survey pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hafilah, E., Chaer, V., & Usman, O. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3314080>
- Handayani, E., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Chingu Korean Fan Cafe Bandung. *eProceedings of Management*, 5(2), 2754–2759.
- Hasan, A. (2016). *Marketing*. Jakarta: Medpress.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kusnandar, B. (2021). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. Diakses pada tanggal 10 januari 2023 pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing* (15 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Erlangga.
- _____. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (16 ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kubastio, H. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wifi Indihome (Studi pada PT Telkom Cabang Sawojajar, Malang Kota, Jawa Timur)*. Skripsi pada Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Kwan, O. G. (2016). Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 27–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.27-34>
- Mahardika, M. S., & Suharyono. (2017). Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying (Survei terhadap Konsumen Hypermart Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49(1), 122–127.
- Matondang, S. P. S. B., & Kesuma, T. M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di 212 Mart Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 469–487.
- Mukaram, A., Sangen, M., & Rifani, A. (2018). The Effect Of Brand Equity On Purchase Decisions at Banjarmasin Islamic Hospital Indonesia Service. *European Journal of Economic and Financial Research*. Vol, 3 No 2.
- Pahlevi, R. (2022). *Ini Provider Internet yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. Diakses pada tanggal 10 januari 2023 pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/ini-provider-internet-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>.
- Prastiwi, N. D. (2016). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–17.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyanto, D. (2017). *SPSS Panduan Mudah Olah data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pranoto, F., Haryono, B., & Assa, F. (2022). The Effect Of Service Quality and Price on Purchase Decision Mediated By Brand Image . *April: Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management*. Volume ,2 No 2.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 25–29. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rafsandjani, Rieza Firdian. (2017). *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: Kautsar Abadi.

- Raharjanti, F. (2021). *Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Kasus Produk Wifi.id di Kota Semarang)*. Skripsi pada Universitas Negeri Semarang.
- Sya'Idah, Evi H.(2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 3, 29 Sep. 2020, pp. 204-216.
- Situmoran & Debora, C. (2021). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Internet Service Provider (ISP) Andromax Kecamatan Medan Selayang*. Skripsi pada Universitas Sumatera Utara.
- Seliani, A., & Pratomo, L. A. (2019). Antecedents of Brand Equity. *Manajemen Bisnis*, 9(2), 144–157.
- Simamora, B. P., & Supriono. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dwelling Time dan Billing System Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jakarta International Container Terminal). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(1).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sharikharani, R. (2022). *Masyarakat Ideal di Era Teknologi Komunikasi*. Diakses pada tanggal 15 januari 2023 pada <https://kumparan.com/rishanti-sharikharani/masyarakat-ideal-di-era-teknologi-komunikasi-1zMZLmRc2Px#:~:text=Masyarakat%20ideal%20di%20era%20teknologi%20komunikasi%20adalah%20masyarakat%20yang%20mampu,mempunyai%20hubungan%20erat%20dan%20teratur>.
- Suardhita, N. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 3(1).
- Sawagyudcharee, O., Shrestha, S., & Mandal, S. (2018). Impacts of Brand on Consumer Decision Making: Case Study of Beer Brands in Nepal. *International Journal of Research*, 5(16), 1344-1356.
- Sriyanto, Agus dan Kuncoro A,W. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Ekuitas Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Lion Star di Modern Market Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol 4. No 2.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian* (1 ed.). Jakarta: Rajawali Perss.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research & Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up.
- Top Brand Index. (2019). *Top Brand Index*. Diambil 21 November 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=furniture.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Tresna, W., Chan, A., & Herawaty, T. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Shopee). *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.6, No. 1.
- Van Thuy, N., Thi Ngoc Anh, N., & Thi Xuan Binh, N. (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 (JEECAR)*, 9(2), 229-239.
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How Product Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction Affect the Purchase Decisions of Indonesian Automotive Customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours in Indonesia. In *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt)*. Tangerang.
- Wahyuni, S., & Praninta, A. . (2021). The Influence of Brand Equity and Service Quality on Purchase Decisions on Garuda Indonesia Airline Services. *Research*

Horizon, 1(1), 28–38.

Widodo. (2017). *Metode Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: Rajawali Perss.

Widagda, S., & Apriatni, E. P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet MNC Play Media Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politics*. Volume 1, No. 10.

Wijiyanty, M., Hamid, F. Z., & Kurniawan, R. (2016). Pengaruh Brand Image terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta. *Epigram*, 13(1), 65–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/epi.v13i1.811>

Yanis, S, N. (2021). *Pengaruh Brand Equity dan Promosi Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Gorontalo*. Skripsi pada Universitas Tekom

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Pra Penelitian

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MNC PLAY BANDUNG (Studi Pada Konsumen Pengguna MNC Play Di Bandung)

Dengan hormat,