

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rouzni Noor. "Telkomsel Gaet 575 Mitra Roaming di 200 Negara". detikcom. Diakses tanggal 2024-04-13.
- Afifi, G. R. (2020). pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Kemasyarakatan Kelas 1 Cirebon (Pas Mart). *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 8(1). Hal 9-17
- Aguspriyani, et al (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada Generasi Milenial. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8(1), hal 35-48
- Agustina, P. A., & Sugiarti, H. (2024). Structural Equation Modeling for the Influence of Effectiveness, Lifestyle, and Income Level on the Use of E-Wallet Services by Urban Workers'. *Jurnal Ilmiah Sains*, 70–79. <https://doi.org/10.35799/jis.v24i1.54458>
- Aksan Arif Yusuf Hamali Komputerisasi Akuntansi, P., & Piksi Ganesha Bandung, P. (n.d.). *Banking & Management Review Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT Cemara Agung Sejahtera Irwan Nurdiana Manajemen Bisnis (MBIS), Politeknik Piksi Ganesha Bandung*.
- Al Amin, M., & Juniati, D. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny. *Jurnal Ilmiah Matematika*, 2(6).
- Arohman, S. I., Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2023a). Pengaruh Penggunaan Sosial Media dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Kepercayaan (Studi pada Smartphone Xiaomi Daerah Istimewa Yogyakarta). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 499. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.791>
- Arohman, S. I., Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2023b). Pengaruh Penggunaan Sosial Media dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Kepercayaan (Studi pada Smartphone Xiaomi Daerah Istimewa Yogyakarta). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 499. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.791>
- Dwi Hernawati, N. (n.d.). *Nurul Widyawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Elida & Raharjo (2019). *Pemasaran Digital (Cetakan Pertama)*. Bogor: IPB Press
- Firmansyah (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy) (Cetakan Pertama)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media

- Gloria, F., Jhony, I., Tampi, R. E., Taroreh, H., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2).
- Hallikainen, H., Luongo, M., Dhir, A., & Laukkanen, T. (2022). Consequences of personalized product recommendations and price promotions in online grocery shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 69. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103088>
- Hamdat, *et al*, (2020). Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen: Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi (Cetakan Pertama). Yogyakarta: GCAINDO.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2017-0034>
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Hernawati & Widyawati (2019). Pengaruh Penjualan Perorangan, Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Granit pada PT. Garuda Graha Indah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(006).
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Kovergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Refika Aditama.
- Indrawati, Putri Yones, P. C., & Muthaiyah, S. (2023). eWOM via the TikTok application and its influence on the purchase intention of something products. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 174–184. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.07.007>
- Junita, Nancy (2021-05-26). Newswire, ed. "Diluncurkan 27 Mei 2021, Berikut 5 Fakta 5G di Indonesia". *Bisnis.com*. Diakses tanggal 2024-05-26.
- Jurnal, L., & Kana, T. (2020). Face to Face Sales and Sales Promotions have a Positive Effect on Gold Jewelry Purchasing Decisions. *International Journal of Social Science and Business*, 4(4), 446–452. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Karisma, N., & Hanifah, R. N. (2023a). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Karawang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 608. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.830>

- Karisma, N., & Hanifah, R. N. (2023b). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pada Gepek Benu Karawang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 608. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.830>
- Koponen, J., Julkunen, S., & Asai, A. (2019). Sales communication competence in international B2B solution selling. *Industrial Marketing Management*, 82, 238–252. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.009>
- Kurniawati, A., Lubis, J., & Al-Ihsan, M. A. (2023). The Effect of Digital Marketing and Personal Selling on Consumer Purchase Decisions in Beauty Products. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 106–114. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i1.2116>
- Laporan Tahunan 2022" (PDF). PT Telekomunikasi Selular. Diakses tanggal 13 April 2024.
- Liliweri. 2011. Komunikasi Antar Personal. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Mahfuzhah, H., Universitas, A., Jadid, N., Nurul, P. P., Karanganyar, J., & Probolinggo, P. (n.d.). *Volume 2 Nomor 2 2018 MEDIA PUBLIKASI HUMAS DALAM PENDIDIKAN*.
- Mamduh, Mohammad (2022-02-22). "Telkomsel Orbit Diklaim Tumbuh 10 Kali Lipat, Penuhi Kebutuhan WiFi di Rumah". Medcom.id. Diakses tanggal 2022-03-27.
- Mardhatillah, W., Junaedi, D., & Evinovita, E. (2021). Implementasi Direct Marketing pada Bank BPR Datagita Mustika . *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 65–78. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.374>
- Marsudi, M. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INTERAKTIF CIEWIE BATIK DALAM CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 63–73. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v12i1.3716>
- Mayasari, Selvi (2020-02-24). Winarto, Yudho, ed. "Kuasai pasar 59,6%, kinerja Telkomsel disokong layanan data dan digital". Kontan.co.id. Diakses tanggal 2024-04-13.
- Muafidah & Sulistyowati (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntabel*. Vol. 18(4), hal 661-668.
- Nadya Nur Arifa, & Aguilika, D. (2023). Purchase Decision: As A Mediation Variable of Digital Marketing Relations, Product Design, Product Quality on Consumer

Satisfaction. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(6), 1045–1059. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku2171>

Ngatno, 2018. *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. Semarang: EF Press Digimedia.

Nistanto, Reska K. (2019-12-02). Pratomo, Yudha, ed. "Menguji Kecepatan Internet 5G Telkomsel di Batam, Berapa Kencang?". Kompas.com. Diakses tanggal 2024-04-13.

Novita Sari, D., Noorlitaria, G., Ekonomi dan Bisnis, F., & Mulawarman Samarinda, U. (2018). Pengaruh public relation dan strategi periklanan terhadap keputusan pembelian. *JURNAL MANAJEMEN*, 10(1), 2018–2032. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>

Octavianita dan Darmawan, E. D. (2021). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Target Penjualan (Studi Kasus PT. Setiawan Sedjati). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 8 (001), Hal 218-227.

Pancaningrum, E., Sari Halaman, D. K., Pancaningrum, E., Kartika Sari, D., & PGRI Dewantara Jombang, S. (n.d.). *Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi*. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/44>

Pinota, A. F. (2023). The Effect of Sales Promotion on Purchasing Decisions on Customer Loyalty of Brand Beverages Re.Juve. *International Journal of Social Service and Research*, 3(4), 964–974. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i4.333>

Primatika, R. A., & Astuti, R. T. (2018). *ANALISIS PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI EKUITAS MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK NESCAFE DI KOTA SEMARANG*. 7(2), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Pusparisa, Yosepha. "Jumlah Pengguna Telkomsel Terbesar di Indonesia". Katadata. Diakses tanggal 13 April 2024.

Putri., B., R., T (2017). *Manajemen Pemasaran (cetakan Pertama)*. Denpasar: Universitas Udayana

Rahma (2017). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Jurnal Of Communication*. Vol 1 (002), hal 149-169.

Rahman, R.S. (2016). Pengaruh Bauran Hubungan Masyarakat (Public Relation Mix) Terhadap Citra Merek dan Kesadaran Merek serta Implikasinya Terhadap

Keputusan Siswa Memilih Studi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. Vol. 10, 001, hal 44-59.

Rahmawati, & Hidayati, N. (2023). Exploring Gen Z Social Media Marketing Engagement on Brand Experience, Brand Equity, and Brand Trust: The Context of Muslim Fashion. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 16(3), 656–670. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v16i3.48761>

Rahmayani, R., Dosen, M. M., Jurusan, T., Sekretaris, A., Bina, M., & Informatika, S. (n.d.). *Pengaruh Interactive Marketing Dan Personal Selling Terhadap Loyalitas Pelanggan*.

Rif'at, G., Politeknik, A., & Pemasarakatan, I. (2020). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NARAPIDANA LEMBAGA PEMASYARAKATAN KELAS 1 CIREBON (PAS MART)* (Vol. 8, Issue 1).

Riyoko (2020). *Dasar-dasar Pemasaran* (Cetakan I). Yogyakarta: CV MARKUMI.

Salman Unver, S., Sezgin, S., & Uray, N. (2023). "Factors affecting the purchase intention of over the counter products in the self care actions of consumers," *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, Vol. 17 No. 4, pp. 634-653. DOI: 10.1108/IJPHM-06-2021-0062

Sansgiry, S. S., Cady, P. S., & Sansgiry, S. (2021). Consumer involvement: Effects on information processing from over-the-counter medication labels. *Health Marketing Quarterly*, 19(1), 61–76. https://doi.org/10.1300/J026v19n01_05

Santoso, P. Y. (n.d.). *TRANSFORMASI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DI ERA DIGITAL*.

Sari, Desi & Noorlitaria, Gusti & Asnawati, Asnawati. (2018). Pengaruh public relation dan strategi periklanan terhadap keputusan pembelian produk samsung galaxy. *JURNAL MANAJEMEN*. 10. 14. 10.

Sari, E. A., & Sinatra Wijaya, L. (n.d.). *Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru*.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (Seventh Ed). John Wiley & Sons Ltd

Setiawan, Heri dan Bustan (2017). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan. *Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia*, V ol. 3, No. 1, April 2017.

- Shubita, D., Harahap, D., Wahyuningtyas, R., & Firli, A. (n.d.). The Effect Of Social Media Marketing Grab Medan On Brand Equity With E-Satisfaction And E-Loyalty As Intervening Variables. In *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Soehardi. (n.d.). *Effect of Advertising, Direct Marketing, Word of Mouth and Personal Selling on Consumer Purchasing Decisions*. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i1.835>
- Soeswoyo, D. M., & Choiri Amalia. (2023). The Influence of Advertising, Sales Promotion and Personal Selling Toward Purchasing Decision to Hotel Stay in East Java. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(3), 1005–1018. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i3.3208>
- Sugiarto, I., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2022). The Role of E-Marketing Mix, Influencer, and Followers Engagement Toward Product Purchasing Decisions. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.677>
- Sunardi, Lili (2021-09-30). Jatmiko, Leo Dwi, ed. "Jumlah Pengguna Telkomsel Orbit Sentuh 250.000". *Bisnis.com*. Diakses tanggal 2024-03-25.
- Suyitno, S. (2021). Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) dalam Peningkatan Pemasaran Lembaga Pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 4138–4145. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1480>
- Syarifudin, Mandey. L & Tumbuan. F. A (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran* (cetakan, 2022). Yogyakarta: CV. Istana Agency.
- Theodora, N. (2021). Relationship Between Integrated Marketing Communication and Brand Equity. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 278–283. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Tua Murid Di Mts Al-Hidayah Bakke, O., & Puspita, V. (2021). *Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi* (Vol. 4, Issue 2). <http://belajarpsikologi>.
- Umboh, I. A., Didiek, V., & Aryanto, W. (2023). DIGITAL MARKETING DEVELOPMENT MODEL THROUGH DIGITAL LITERACY MEDIATION TO IMPROVE SME's PERFORMANCE. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 38, 94–108.
- Wajihan Mahdi, A., Triwardhani, D., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, U. (n.d.). *Heni Nastiti Pengukuran Efektifitas Iklan Gojek Menggunakan Metode Epic Model di Kalangan Mahasiswa Jurnal MANOVA*. 1.

- Wibowo, A., Namaste, P. T., & Aditi, J. (n.d.). *STRATEGI PROMOSI EVENT NAMASTE FESTIVAL*. www.namastefestival.com
- Wisataone, V. (2018). Pelaksanaan Fungsi Hubungan Masyarakat dan Publisitas Pada Organisasi Non-Profit (Voettie Wisataone) PELAKSANAAN FUNGSI HUBUNGAN MASYARAKAT DAN PUBLISITAS PADA ORGANISASI NON-PROFIT. In *Jurnal Efisiensi-Kajian Ilmu Administrasi Edisi Februari* (Vol. 1). <http://pkpu.org>
- Wissen, S., & Anatan, L. (2023). THE INFLUENCE OF CUSTOMER INSPIRATION ON SOCIAL MEDIA MARKETING TOWARD ARCHITECTURAL SERVICE PURCHASE INTENTION. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 25(1), 13–24. <https://doi.org/10.9744/jmk.25.1.13-24>
- Yanurianto (2019). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Kharisma Bukit Permata Indah. *Jurnal Ekonomi Efektif*. Vol 1 (2), hal 185-193
- Yoebrilanti, A. (2018). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MODERATOR (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). In *Jurnal Manajemen* (Vol. 8, Issue 1).
- Yuswanto, O. N., & Wulandari, A. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN IKLAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH TEMPAT KULIAH. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(3), 213. <https://doi.org/10.33370/jpw.v21i3.362>
- Zhou, Y., Loi, A. M. W., Tan, G. W. H., Lo, P. S., & Lim, W. L. (2022). The survey dataset of The Influence of theory of planned behaviour on purchase behaviour on social media. *Data in Brief*, 42. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2022.108239>