

DAFTAR PUSTAKA

- Databoks. 2023. Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Andy P. W. 2020. *Digital Marketing*. Malang: Edulitera (Anggota IKAPI-No.211/JTI/2019).
- Pangestika, A. M. 2023. The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Indihome Services Pt. Telkom Indonesia (Study on Indihome Consumers in Semarang City Area). *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)* Volume 11 Issue 01
- Alma, B. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Angelia, D. 2024. Intip 7 Layanan Paylater yang Paling Sering Digunakan di Indonesia 2021. <https://goodstats.id/article/intip-7-layanan-paylater-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia-2021-nsSjn>.
- Angraeni, D. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Wifi.Id PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Witel Sumut. *Jurnal Sultanist* Vol. 6 , No. 1 , Juni 2017
- Ardani, W. 2022. Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*. 2(1):40–47.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, N. R. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf Pada Remaja Di Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 4 No. 1 Januari 2021.
- Chaffey, D. 2011. *E-Business and E-Commerce Management*. England: Prentice Hall
- Dwivedi, Y. K. 2021. Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Fadhilah, K. 2020. *Analisis Digital*. Jojonomic.
- Fillah, A. 2018. Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image

Terhadap Keputusan Pembelian Indihome (studi Kasus Perumahan Pesona Bali, Bandung). *e-Proceeding of Management: Vol.5, No.3*

- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi. Sembilan. Buku 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Juliandi, A. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Medan: M2000.
- Keller, K. A. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-14. Indeks: Jakarta.
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3* Cetakan. Jakarta
- Kotler. dan Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Lee, S., dan A. Lawson-Body. 2011. Perceived Price of Dynamic Pricing. *Journal of Industrial Management Data Systems*
- Lestari, R. 2020. Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk My Republic Di Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Pardigma*, Vol.12 No,2, Tahun 2020
- Musriha. dan Gilang, R. 2012. Pengaruh intensitas pemakaian internet terhadap penggunaan internet untuk berbelanja *online* yang dimoderasi oleh consumer innovativeness di surabaya. *skripsi* (tidak di publikasikan).
- Nasution, S. L. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu) *Jurnal Ecobisma* Volume 7 No 1 Tahun 2020.
- Lestari, R. 2020. Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk My Republic Di Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Pardigma*, Vol.12 No,2, Tahun 2020
- Rini, A. S. 2023. OJK Beri Penghargaan Solopos.com sebagai media Online Daerah Terproduktif. Artikel Berita. Solopos Bisnis Edisi 27 November 2023. Dapat diakses pada <https://bisnis.solopos.com/ojk-beri-penghargaan-solopos-com-sebagai-media-online-daerah-terproduktif-1806138>
- Riswandi, R. 2019. Pengaruh Reputasi Penjual dan Kualitas Pelayanan terhadap

Kepercayaan Konsumen yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAND)*, 1(2), 42–55. <https://doi.org/10.46757/demand.v1i2.92>

- Riyanto, S. dan A. A. Hermawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Schiffman, L. G. dan L. L. Kanuk. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks
- Sekaran, U. dan R. Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6 buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Fuadi, S. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT.Telkom Metro. *Kalianda Halok Gagas*, Volume 4, No 2, Januari 2022
- Sugiyono. 2016. *Metodelogi Penelitian Bisnis*, Alfabeta: Bandung.
- Sujarweni V. W. 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustakabarupress
- Tjiptono. 2016 *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Usman. 2022. The Influence of Pricing and Product Quality on Indihome Service Purchasing Decisions (Consumer Survey at PT Telkom Pekanbaru City). *Journal on Education* Volume 04, No. 04, Mei-Agustus 2022
- Venkatesh. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3, September, pp. 425-475.
- Viedy, V., Samadi., dan L. Reitty. 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10.3: 953-964. Lombok.
- Nugraheni, Y. N. A. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia, Tbk Witel Semarang. *Jurnal ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* Sekolah Tinggi Ilmsu ekonomi Semarang.
- Zanjabila, R. dan R. Hidayat. 2017. Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park (Studi Pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017) Analysis of Social Media

Marketing on Purchasing Decisions of Bandung Techno Park (Study on Bandung Techno Park Cu, 3(2), 368–375. Retrieved from https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/135775/jurnal_epr/oc/analisis-pengaruh-social-media-marketing-terhadap-keputusan-pembelian-bandung-techno-park.pdf

- Anggraini, N. A., dan G. Pradananta. 2024. Pengaruh Sistem Pembayaran Paylater Terhadap Keputusan Pembelian. *JAMBURA*, 6(3), 1438–1445.
- Canestren, I. A. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 1.
- Fitriana, B. A. 2023. *Pengaruh Shopee Paylater, Voucher Ongkos Kirim Dan Flash Sale Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Hubbina, R. 2023. Pengaruh Digital Marketing, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Kedai Oblong Jambi). *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 459–475.
- Juli, P. R., I. N. Suardhika., dan G. Y. Hendrawan. 2021. Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Jurnal Values*, 2(2), 373–385.
- Leonard, S. dan A. Tarigan. 2023. Pengaruh Metode Pembayaran Transfer Bank, ShopeePay, Shopee Paylater, Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Penggunaan Shopee Marketplace di Kota Tangerang). *Jurnal Digismantech*, 3(1). <http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v3i1.5221>
- Maulana, Z., M. C. Hidayat., dan I. Agustina. 2022. Using Digital Marketing for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bumdes Remboko Sumberrejo Village Sleman Regency. *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi Dan Aplikasi)*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.12928/spekta.v3i1.4563>
- Millenium, A. S., I. W. Suardana., dan I. M. K. Negara. 2021. Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA*, 9(1), 173. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p17>
- Qibtiyana, M. 2023. Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 1(3), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rosanti, M. 2024. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa/Mahasiswi Stia

Tabalong). *JAPB*, 7(2).

Sarihim. dan L. A. Tambunan. 2022. Pengaruh Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 17–20. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i2.343>

Saripudin, S., P. Rosalia., A. F. Putra., S. S. Aldila., R. A. A. Salsabila., M. A. Azhari., dan A. Yunizhar. 2023. Determining the top e-wallet in indonesia: applying the ahp method to optimal financial choices. *Multiple Criteria Decision Making*, 18, 77–111. <https://doi.org/10.22367/mcdm.2023.18.04>

