

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., H.A, I., Kessi, M. F., & Tajuddin, I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Kartu Halo Telkomsel. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 19(2), 195–208. <https://doi.org/10.37476/akmen.v19i2.2980>
- Abdullah, K., & Aloysius, H. M. (2019). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sim Card Telkomsel , Indosat Ooredoo Dan Hutchison 3 Indonesia Di Wilayah Jakarta Timur. 2, 8–18.
- Agustin, D. P. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Market Share Segmen Remaja Pt Telkomsel Di Kota Surabaya. *Representamen*, 3(02), 1–7. <https://doi.org/10.30996/.v3i02.1414>
- Andi Bagus Putra; Joyce Lopian; Bode Lumanauw. (2014). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Minat Membeli Kembali Voucher Isi Ulang Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 428–437. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5567>
- Faturachmi Yatnikaputri, F., & Roostika, R. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran sebagai Bagian dari Competitive Intelligence PT Telkom Indonesia Regional III. 02(02), 110–119. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Hakim, Faisal. Trenggana, A. F. M. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome Pt. Telkom Witel Bandung. *E-Proceeding of Management*, 4, 670.
- Hasan, M., & Sopacua S.Sos, Y. (2023). Promosi Kartu Perdana By.U Oleh Perusahaan Telkomsel Dalam Menjangkau Pasar Anak Muda. *Jurnal Ilmu*
- Hijriah, M., Nurnajamuddin, M., & Serang, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Trans Studio Makassar. *Tata Kelola*, 7(1), 78–87. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i1.110>

- Jamali, Ismail, Asmaul Husna, & Nur Indah Mutiara Sari. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Volume Penjualan Pulsa Telkomsel pada Gradien Ponsel Peureulak Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.58477/ebima.v1i1.10>
- Mulawarman Prodi, P., Bisnis, A., & Universitas. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Prabayar Telkomsel*. 3(4), 1022–1035. ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id
- Rizka, M., & Widji, A. (2013). Customer Loyalty the Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Relationship Marketing TelKom Speedy in Jember Area. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res*, 2(1), 491. www.sibresearch.org
- Rizqony, A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix Untuk Peningkatan Penjualan Kartu Pra Bayar By.U Pada Pt. Telkomsel Banjarmasin. *EPrints UNISKA*, 1–10.
- Rohandi, R., Arfah, A., Semmaila, B., & ... (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk. *Jurnal Mirai ...*, 7(3), 576–588. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Safrida, & Musmulyadi. (2021). *EFFECT OF MARKETING ON CONSUMER PURCHASE DECISION ON PRIVATE CARD PRODUCTS IN PT. TELKOMSEL GRAPARI MAKASSAR*
Safrida 1 , Musmulyadi 2 STIE Bajiminasa Makassar Indonesia 1 , IAIN Pare-Pare Indonesia 2 Syafrida168@gmail.com 1. 4(5), 771–778.
- Salim, A. (2022). *The Effect of Marketing Mix on Consumer Loyalty of Telkomsel Internet Card (Case Study on University Faculty of Economics South Sumatra) Pengaruh Marketing Mix terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Internet Telkomsel (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ek.* 2(1), 1–8.
- Solikhah, M. (2014). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KARTU PRABAYAR SIMPATI (Studi Kasus Pada Pemakai Kartu Prabayar

Simpaty. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.

Suhartini, A. (2017). *Pengaruh strategi promosi telkomsel cash (t-cash) terhadap keputusan pembelian astri suhartini*. April, 1–7.

Tarigan, G., & Hidayat, R. (2023). *Analisis Bauran Harga Pada Smk Telkom 1 Medan Pada Tahun 2022 Price Mix Analysis At Smk Telkom 1 Medan In 2022*. 9(2), 539–544.

Wibowo, H. dan. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dan Bisnis Universitas Telkom the Effect of Marketing Mix on Student Decision in Choosing Existing Study Programs At the Faculty of Communication and Business in Telkom University*. 6(2), 954.

Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

