

Daftar Rujukan

- Adi, P. G. P., dan Farida, I. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry di Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 1, Universitas Dian Nuswantoro*, Semarang
- Amilia, dan Asmara. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Volume 6 (1): 660-669
- Swastha, Basu dan Irawan. 2011. *Materi Pokok Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Cetakan Pertama. Jakarta.
- Kotler, P. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Musay, F. P. 2013. Pengaruhn Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- www.indotelko.com/read/1421562762/pertumbuhan-pelanggan-tv-berbayar-hanya-5.
Di akses 12 April 2020