

DAFTAR PUSTAKA

- [1] “WFH Corona 5 Bulan, Telkomsel Catat Lonjakan Pemakai Internet.” <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200717171520-213-525979/wfh-corona-5-bulan-telkomsel-catat-lonjakan-pemakai-internet> (accessed Feb. 02, 2021).
- [2] A. P. Ramadhan, A. Fauzi, and E. Sulistya, “PENGARUH KUALITAS NETWORK & TARIF SIMPATI TERHADAP LOYALITAS PEGAWAI,” vol. 6, no. 1, pp. 67–78, 2016.
- [3] L. I. Wahyuni, S. Wahyuni, and J. Widodo, “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Kartu Prabayar Simpati Telkomsel,” *J. Pendidik. Ekon. J. Ilm. Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekon. dan Ilmu Sos.*, vol. 12, no. 2, p. 242, 2018, doi: 10.19184/jpe.v12i2.8560.
- [4] H. H. Muhammad, H. Rohaeni, and W. Yuliyana, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Telkomsel,” *J. Manaj.*, vol. 7, no. 2, 2020, doi: 10.35137/jmbk.v7i2.291.
- [5] D. A. Puspitasari, S. Nuringwahyu, and D. Zunaida, “Pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen.”
- [6] I. M. Manullang, “ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SIM CARD TELKOMSEL (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara),” 2017.
- [7] A. Dachy, “Peran Mediasi Citra Merek Dalam Membentuk Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pengguna Produk Telkomsel Di Kota Bogor),” *Ecobisma (Jurnal Ekon. Bisnis Dan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, pp. 9–19, 2020, doi: 10.36987/ecobi.v7i1.1463.
- [8] Haryantini, “Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat,” *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 3, no. 1, p. 45, 2019, doi: 10.32493/jpkpk.v3i1.3604.
- [9] C. Lovelock and L. K. Wright, *Pemasaran Jasa*. Indonesia: PT. Indeks, 2007.
- [10] A. Moharrang, “PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SIM CARD TELKOMSEL (Studi Pada Pengguna Sim Card Telkomsel di Ampana Kota) (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat) Alan Moharrang Tujuan penelitian ini adalah

untuk mengeta,” vol. 07, no. 01, pp. 71–82, 2018.

- [11] R. Panjaitan, Se, Ak, Mm, *Manajemen Pemasaran*. Semarang: SUKARNO PRESSINDO.
- [12] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, 1st ed. Yogyakarta: ANDI, 2019.
- [13] H. Sudarsono, *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*, 1st ed. CV. PUSTAKA ABADI, 2020.
- [14] M. Astuti and N. Matondang, *MANAJEMEN PEMASARAN : UMKM dan Digital Sosial Media*, 1st ed. CV. BUDI UTAMA, 2020.
- [15] R. Suprpto and M. Z. Wahyuddin Azizi, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, 1st ed. Myria Publisher, 2020.
- [16] F. Tjiptono, Ph.D and G. Chandra, *PEMASARAN STRATEGIK*, 4th ed. Yogyakarta, 2020.
- [17] M. A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, 1st ed. Surabaya: CV. Penebit Qiara Media, 2019.
- [18] R. Harahap, “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN CEPAT SAJI KFC CABANG ASIA MEGA MAS MEDAN,” 2017.
- [19] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan-Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL