

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



SKIPSI

**Nama : Agung Sastra Dinata
NIM : 212019344**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2025**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Agung Sastra Dinata
NIM : 212019344**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2025**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agung Sastra Dinata

NIM : 212019344

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Progam Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Proposal : Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel di universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karna karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.



Palembang, 14 mei 2025

Agung Sastra Dinata

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Agung Sastra Dinata
NIM : 212019344
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, 26 Agustus 2025

Pembimbing I

Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si
NIDN : 0221036902

Pembimbing II

Dr. Mister Candra, S.Pd., M.Si
NIDN : 1005068902

Mengetahui,
Dekan

u.b Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., CHRO.
NIDN : 0221036902

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan"
(QS. Asy-Syarh [94]: 5-6).

"Semua orang adalah jenius. Tetapi jika Anda menilai seekor ikan dari kemampuannya memanjat pohon, ikan itu akan menghabiskan seluruh hidupnya dengan meyakini bahwa ia bodoh."

Albert Einstein

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ❖ **Kedua orang tua yang tercintai
Ayahanda Masdan dan Ibunda Ely
Yulidan**
- ❖ **Untuk ayundaku Rika**
- ❖ **Seluruh keluarga**
- ❖ **Kedua Pembimbing Skripsi saya,
Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,
M.Si. dan Bapak Mister Candra,
S.Pd.,M.Si.**
- ❖ **Almameter**

PRAKATA

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat-Nya kepada saya sebagai penulis, dimanah proses penyusunan skripsi saya ini yang berjudul “Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang” alhamdulillah dapat diselesaikan dengan baik.

Juga secara spesifik saya ucapkan rasa besar terima kasih kepada orangtua saya tercinta, yang telah dengan tiada hentinya memberikan dukungan, motivasi dan doa serta nasihat kepada saya.

Dengan kerendahan hati sepenuhnya, saya sebagai penulis juga menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing, serta berbagai pihak yang telah membantu, memberi usaha dan bimbingan dalam rangka agar skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis berharap bahwa penelitian tugas akhir ini dapat menjadi bantuan yang signifikan bagi dunia ilmu pengetahuan dan pengembangan dimasa mendatang.

Palembang, Agustus 2025



Penulis,

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
TANDA PENGESAHAN USULAN PENELITIAN	iv
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN,DAN	
HIPOTESIS	8
A. Landasan Teori	8
1. Bauran Pemasaran	8
3. Produk.....	9
4. Harga (Price).....	12
5. Promosi (Promotion)	16
6. Keputusan Pembelian	19
B. Penelitian Sebelumnya	26
C. Kerangk	
a Pemikiran.....	36
D. Hipotesis	40
 BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian	42
E. Operasionalisasi Variabel	42
F. Populasi dan Sampel	43
G. Data yang Diperlukan.....	44
H. Metode Pengumpulan Data	45
I. Analis Data dan Teknik Analisis	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Hasil Penelitain.....	49
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
2. Uji Instrumen.....	51
3. Gambaran Identitas Responden	53
4. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	56
5. Hasil Analisis Penelitian.....	73
B. Pembahasan	78

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	87
A.Kesimpulan.....	87
B.Saran	89

ABSTRAK

Agung Sastra Dinata¹, Yudha Mahrom², Mister Candra³ / Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang

Tujuan penelitian Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (kualitas produk, harga dan promosi) terhadap keputusan pembelian Kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang secara simultan dan parsial. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan batasan lingkup responden adalah Mahasiswa dan karyawan di Universitas Muhammadiyah Palembang. Metode yang digunakan untuk melakukan analisis adalah regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t serta Koefisien Determinasi. Hasil penelitian menggunakan regresi linier berganda adalah terdapat pengaruh positif harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Kartu Telkomsel. Hasil uji F menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil uji Hipotesis t menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan Kartu Telkomsel. Ada pengaruh signifikan promosi Terhadap Keputusan pembelian Kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil perhitungan Koefisien Determinasi menunjukkan kontribusi Harga dan Promosi sebesar 40,2% terhadap perubahan Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Kartu Telkomsel

ABSTRACT

Agung Sastra Dinata¹, Yudha Mahrom², Mister Candra³/ The Influence of the Marketing Mix on Telkomsel Card Purchase Decisions at Muhammadiyah University of Palembang

The purpose of this study was to determine the influence of the marketing mix (product quality, price, and promotion) on Telkomsel Card purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang simultaneously and partially. The sample size for this study was 100 respondents, with the scope of respondents limited to students and employees at Muhammadiyah University of Palembang. The analysis methods used were multiple linear regression, F and t-tests, and the coefficient of determination. The results of the multiple linear regression study showed a positive influence of price and promotion on Telkomsel Card purchase decisions. The F-test results indicated a significant influence between price and promotion on purchase decisions. The t-test results indicated a significant influence of price on Telkomsel Card purchase decisions. Promotion also significantly influenced Telkomsel Card purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang. The coefficient of determination calculation indicated a 40.2% contribution of price and promotion to changes in Telkomsel Card purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Telkomsel Card Decisions

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan dunia teknologi yang semakin berkembang serta perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia saat ini, maka banyak bermunculan pesaing di industri telekomunikasi. Persaingan di dunia telekomunikasi menjadi lebih kompetitif sehingga perusahaan harus mampu menerapkan kebijakan secara tepat untuk memasarkan produknya dan mampu menyampaikan komunikasi yang jelas dan berbeda dari pesaingnya. Sehingga perusahaan bisa menarik perhatian dan pembeli dari para konsumen. Salah satu operator yang ikut bersaing dalam dunia telekomunikasi adalah Telkomsel. PT Telekomunikasi Indonesia Selular (TELKOMSEL) adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa telekomunikasi yaitu jasa telekomunikasi yang berbasis selular (TY. Radjapati 2018).

Telkomsel secara konsisten mengimplementasi teknologi seluler terkini dan menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan mobile LTE di Indonesia. Saat ini Telkomsel memiliki beberapa produk diantaranya KartuHalo, simPATI, Kartu As, Loop dan kartu Facebook. Untuk dapat mempertahankan pelanggannya Telkomsel menggelar call center 24 jam dan layanan GraPARI yang tersebar di seluruh Indonesia. Telkomsel menghadirkan adanya GraPARI agar Telkomsel dapat memperbaiki jangkauan penjualan dan pelayanan pelanggan dengan biaya yang efektif untuk daerah-daerah yang

selama ini belum terlayani terutama daerah yang berada diluar pulau jawa. Maka fungsi GraPARI adalah untuk melayani pelanggan yang menggunakan produk Telkomsel.

Semua bauran promosi tersebut dilakukan perusahaan agar dapat memperkenalkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kepada para masyarakat dan konsumen mengenai kegunaan, mutu, kualitas dan fungsi barang atau jasa tersebut, bagaimana cara penggunaannya serta memperkenalkan produk yang baru. Industri telekomunikasi di Indonesia terus menunjukkan tren positif sampai dengan kuartal pertama 2024. Dicatat dalam (Rayana, 2024), hingga kuartal pertama 2024, tercatat jumlah pelanggan masing-masing operator adalah: Telkomsel (159,6 juta), Indosat (100,8 juta), XL Axiata (57,6 juta) dan Smartfren (34,7 juta). Pada kuartal pertama ini Telkomsel masih menjadi operator seluler yang memilikipelanggan terbanyak di Indonesia. Dengan trafik data yang terus meningkat fokus utama operator saat ini adalah melayani pelanggan dengan baik. Berbeda dengan dekade sebelumnya, alih-alih meningkatkan jumlah pelanggan operator kini lebih berupaya mempertahankan pelanggan yang sudah ada (Customer Retention). Customer retention adalah strategi untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan yang sudah ada. Hal ini bahwa komunikasi antara manusia semakin mudah dan luas dengan jaringan internet juga sangat penting agar pesan yang diutarakan saat berkomunikasi tersebut tersampaikan (Shaleha, 2021).

Tabel 1.1

Berbagai jenis kartu dan layanan Telkomsel Simpati, Kartu As, Kartu Halo

No	Provider Telkomsel	Prabayar	Pascabayar
1.	simPATI	√	-
2.	Kartu AS	√	-
3.	Kartu Halo	-	√

Sumber : <https://www.telkomsel.com>

Tabel 1. 2 Data karakteristik responden pelanggan Telkomsel

No	Nama produk Telkomsel yang saya gunakan	Lama penggunaan produk Telkomsel yang saya gunakan	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan terakhir	Jenis pekerjaan
1.	simPATI	8 tahun	Perempuan	20 tahun	SMK	Mahasiswa
2.	simPATI	5 tahun	Laki-laki	20 tahun	SMA	Mahasiswa
3.	Kartu AS	5-6 tahun	Perempuan	19 tahun	SMA	Mahasiswa
4.	Kartu Halo	3-4 tahun	Laki-laki	20 tahun	SMA	Mahasiswa
5.	simPATI	3-4 tahun	Perempuan	21 tahun	SMA	Mahasiswa
6.	simPATI	5-6 tahun	Laki-laki	20 tahun	SMA	Mahasiswa
7.	simPATI	1-2 tahun	Perempuan	20 tahun	SMA	Mahasiswa
8.	Kartu AS	2 tahun	Perempuan	19 tahun	SMA	Mahasiswa
9.	simPATI	5-7 tahun	Laki-laki	22 tahun	SMA	Mahasiswa
10.	simPATI	8 tahun	Perempuan	19 tahun	SMA	Mahasiswa
11.	simPATI	5 tahun	Perempuan	21 tahun	SMK	Mahasiswa
12.	simPATI	7 tahun	Laki-laki	22 tahun	SMA	Mahasiswa
13.	Kartu AS	3 tahun	Laki-laki	19 tahun	SMA	Mahasiswa
14.	simPATI	5 tahun	Perempuan	20 tahun	SMA	Mahasiswa
15.	simPATI	1 tahun	Perempuan	21 tahun	SMA	Mahasiswa
16.	simPATI	3-4 tahun	Perempuan	21 tahun	SMA	Mahasiswa
17.	simPATI	3-4 tahun	Perempuan	21 tahun	SMK	Mahasiswa
18.	Kartu Halo	1 tahun	Laki-laki	20 tahun	SMA	Mahasiswa
19.	simPATI	4 tahun	Perempuan	20 tahun	SMK	Mahasiswa
20.	simPATI	3-4 tahun	Perempuan	21 tahun	SMA	Mahasiswa
21.	simPATI	5-6 tahun	Laki-laki	20 tahun	SMA	Mahasiswa
22.	simPATI	1-2 tahun	Perempuan	20 tahun	SMA	Mahasiswa
23.	Kartu AS	2 tahun	Perempuan	19 tahun	SMA	Mahasiswa
24.	simPATI	5-7 tahun	Laki-laki	22 tahun	SMA	Mahasiswa
25.	simPATI	8 tahun	Perempuan	19 tahun	SMA	Mahasiswa
26.	simPATI	3-4 tahun	Perempuan	21 tahun	SMA	Mahasiswa
27.	simPATI	5-6 tahun	Laki-laki	20 tahun	SMA	Mahasiswa
28.	simPATI	1-2 tahun	Perempuan	20 tahun	SMA	Mahasiswa
29.	Kartu AS	2 tahun	Perempuan	19 tahun	SMA	Mahasiswa
30.	simPATI	5-7 tahun	Laki-laki	22 tahun	SMA	Mahasiswa
	simPATI	8 tahun	Perempuan	19 tahun	SMA	Mahasiswa

Sumber : Wawancara Pelanggan Telkomsel di UMP Tahun 2025

Telkomsel, sebagai salah satu penyedia layanan telekomunikasi terbesar di Indonesia, menawarkan berbagai jenis kartu yang berbeda, termasuk kartu Simpati, kartu AS, dan Kartu Halo. Kartu Telkomsel telah menjadi salah satu pilihan utama bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan komunikasi mereka berdasarkan data yang ada, terlihat bahwa Kartu Simpati lebih banyak dipilih oleh mahasiswa dibandingkan dengan Kartu AS dan Kartu Halo.

Simpati menjadi pilihan utama bagi mahasiswa karena beberapa alasan, seperti harga yang kompetitif, paket data yang sesuai dengan kebutuhan, dan promosi yang menarik. Namun, masih ada beberapa mahasiswa yang memilih kartu Halo karena beberapa alasan, seperti kualitas layanan yang baik dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kualitas Telkomsel dapat diukur dari berbagai aspek, seperti kualitas sinyal, kecepatan jaringan, dan ketersediaan paket data yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Sementara itu, promosi kartu Telkomsel dapat diukur dari berbagai aspek, harga yang kompetitif, promosi yang menarik, dan bonus yang diberikan.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa kartu Simpati lebih banyak digunakan oleh mahasiswa dibandingkan dengan kartu AS dan Kartu Halo. Berdasarkan data yang ada, terlihat bahwa kartu Simpati menduduki peringkat pertama dalam hal penggunaan, diikuti oleh kartu AS dan Kartu Halo. Fenomena ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kualitas layanan, harga dan promosi yang ditawarkan oleh masing-masing kartu. Oleh karena itu, penelitian ini

bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa terhadap kartu Simpati, AS, dan Halo. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang fenomena dilapangan dan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa terhadap kartu Telkomsel. Faktor yang mempengaruhi fenomena ini strategi pemasaran kartu simpati lebih efektif, kualitas layanan, harga dan promo lebih kompetitif dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Masalah yang dihadapi adalah bagaimana meningkatkan efektivitas bauran pemasaran kartu simPATI, AS, dan Halo untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pangsa pasar. Faktor-faktor bauran pemasaran seperti produk, harga, promosi perlu dioptimalkan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen .dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kartu simpati, As, dan Halo, serta memberikan rekomendasi bagi Telkomsel untuk meningkatkan kualitas bauran pemasaran produk-produk tersebut.

Berdasarkan pembahasan dengan melihat permasalahan yang dihadapi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bauran pemasaran (produk, harga, dan promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang?

2. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana bauran pemasaran (produk, harga, dan promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Untuk mengetahui Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Untuk mengetahui Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Untuk mengetahui Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Palembang?

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memberikan manfaat kepada beberapa pihak diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan (Telkomsel)
 - a. Meningkatkan penjualan kartu Simpati, As, dan Halo
 - b. Mengembangkan strategi bauran pemasaran yang lebih efektif.

2. Bagi Konsumen

- a. Meningkatkan kepuasan konsumen melalui layanan yang lebih baik.
- b. Memberikan pilihan kartu yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan salah satu sumber referensi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Ismail, H. A., Kessi, M. F., & Tajuddin, I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Kartu Halo Telkomsel. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 19(2), 195-208.
- Alma, Buchari. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Astuti, Y. O., Suseno, Y. D., & Susanti, R. (2017). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET INDOSAT OOREDO. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(2).
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 4.0 Untuk Penelitian Empiris*. Edisi 1. Semarang: Yoga Pratama.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31-38.
- Hardani, Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hurriyati, Ratih. (2020). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong. (2021). *Principles Of Marketing*, 14th Ed. Prentice Hall, Jakarta.
- LAY, M. E.(2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Kota Yogyakarta.
- Safrida, S., & Musmulyadi, M. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kartu Perdana Pascabayar Halo Pada PT. Telkomsel Grapari Makassar. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 4(2), 771-778.
- Sari, I. P. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Data Telkomsel Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo (Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO).

- Sari, I. P. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Data Telkomsel Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo).
- Shaleha, R. R. A. (2021). The Cheating Heart: Phenomenology of Women Who Decided To Have Marital Infidelity. *Jurnal Psikologi*, 20(2), 109–122.
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Pendidikan (Pedekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.
- Sumarni, M. dan J. Soeprihanto. (2021). Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi Ke 5. Yogyakarta: Libert Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2021). Strategi Pemasaran. Edisi ke-5. Andi Offset.
- WIJAYA, M. Y., Kania, R. N., & Gumelar, R. G. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Empat P (Product, Price, People, Promotion) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Kartu Smartfren (Survei di Galeri Smartfren Cabang Serang Ruko Bhayangkara Jalan Jenderal Sudirman No. 38 Penancangan, Serang-Banten) (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Zikmund, W. G., & D'Amico, M. (2020). Marketing. 5th ed. Minneapolis: West Publishing Company.