

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Spektrum.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bella Yunita (2020), Tandiyono Pradekso Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G Unlimited
- BPS- Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi (Sidikalang Dalam Angka 2020), Angka Proyeksi Penduduk
- Durianto et al, (2004:7) Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar Brand awareness (kesadaran merek) menjadi sumber asosiasi lain, familier atau rasa suka, substansi atau komitmen, mempertimbangkan merek.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia-Berdasarkan-internetworldstats-pengguna-internet,pengguna-internet-terbanyak-di-Asia>  
<https://www.smartfren.com/id/annual-report/> diambil pada 15 februari 2022, jam 12.45 WIB  
<https://www.smartfren.com/investor-tentang-kami> diambil pada 2 September 2022, jam 13.22 WIB
- Husnawati (2017). Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda. Makassar : Universitas Negeri Alauddin
- Isnain Rizki Khoirudin dan Eko Giyartiningrum (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di DIY
- Iva Hidayatika(2015) Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani di Toko Asya Darussalam Semarang Sally Meuthia Febrian (2018) Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zara (Studi Kasus Pada Konsumen Zara Sun Plaza Medan)

- Katadata.co.id. (2019). Siapa Operator Seluler yang Mempunyai Pelanggan Terbanyak? Indonesia: Katadata.
- Khafid Asnain dan Widiartanto (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ASUS (Studi Pada konsumen Laptop ASUS di Plasa Simpang Lima Semarang)
- Kotler and Keller (2016). Marketing Management 16 edition. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lia Ridha Prisnawati (2021). Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Hot Chicken Flavor Ramen Di Kabupaten Kebumen
- Nugroho, J. Setiadi Nugroho, 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta : PT Kencana Prenanda Media.
- Putri. (2013). Pengaruh Perluasan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Dove Di Semarang. Diponegoro Journal Of Social Politic, 2 (4):1-6. Semarang.
- Sekaran, Uma. (2011). Research Methods for business Edisi I and 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukimana dan Abdul Salam (2021). Analisis Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua
- Supriyadi, Wahyu Wiyani, Ginanjar Indra K.N (2017) Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)
- Vira Agustina (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk HPL Skylam (Studi Kasus pada Konsumen PT. Anugrah Cipta Interindo)