

## DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2000. *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Research Paper Series: BP. UNDIP.
- Augusty, Ferdinand. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bacagatged, *Kelebihan HP Xiaomi dibanding HP lainnya*. dalam <http://www.bacagadget.com> diakses 15 Juni 2021
- Badan Pusat Statistik Tulungagung. *Jumlah Mahasiswa dan Lulusan Menurut Jurusan dan Jenis Kelamin di IAIN Tulungagung Tahun Ajaran 2020/2021*. dalam <https://tulungagungkab.bps.go.id/statictable/2021/04/23/5217/jumlah-mahasiswa-dan-lulusan-menurut-jurusan-dan-jenis-kelamin-di-iain-tulungagung-tahun-ajaran-2020-2021.html>. diakses 1 Juni 2021
- Banciu, M. & F. Odegaard. 2016. *Optimal product bundling with dependent valuation: The price of independence*. European Journal of Operational Research: Elsevier.
- Bugin, Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu social lainnya*. Edisi kedua. Jakarta: Kencana.
- Charli, Zhajang Lili. 2008. *Evaluasi Penggunaan Strategi Promosi Product Bundling Terhadap Customer Loyalty pada Produk CDMA (Studi Kasus Handphone Huawei C2801)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Dewi, Novianti Aditya et. al. 2017. *Pengaruh Strategi Bundling terhadap Minat Beli (Survey Konsumen pada Paket TexasMusik di Restoran Texas Chicken Sunda – Bandung)*. Jurnal Managemen. Vol.3, No.2.
- Dharmmesta, B. S. dan Irawan. 2000. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dinawan, Rheindra. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Duli, Nikolas. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: PT. Deepublish.

- Fauzia, Reza. 2012. *Pengaruh Produk Bundling Terhadap Pembelian Handphone Nexian dikalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo*. Purworejo: Skripsi.
- Gaeth. et. al. 1990. *Consumer evaluation of multi product bundles: an information integration analysis*. Marketing Letters. Vol. 2.
- Guiltinan, J. P. 1987. *The Price Bundling of Service: A Normative Frame Work*. Journal of Marketing.
- Hermawan, Asep dan Husna Leila Yusran. 2017. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Edisi Pertama. Depok: Kencana.
- Himawan, Andreyan Kyky dan Linda Nur Susila. *Peningkatan Keputusan Membeli Kartu Prabayar Indosat Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi*. Jurnal Of Marketing And Commerce. Vol. 5 No. 1. Desember 2020.
- I, Hawkins Dei, et. al. 2001. *Consumer Behavior, Bundling Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, 10th Edition*. New York: Prentice Hall.
- Lamb, Charles W., Joseph F Hair dan Charles Mc Daniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi I. Jilid Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Lawless, M. W. 1991. *Commodity Bundling for Competitive Advantage: Strategic Implications*. Journal of Management: Studies.
- Lin, Xiaogang. et. al. 2019. *Pricing And Product-Bundling For E-Commerce Platforms With Competition*. European Journal Of Operational Research: Elsevier.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarata: PT Raja Grafindo Persada.

- MD., Vitri Dwi. et. al. 2014. *Pengaruh Product Bundling Dan Price Bundling Terhadap Keputusan Menginap Di D'batoe Boutique Hotel Bandung (Survei Terhadap Tamu Individu Yang Menginap Di D'batoe Boutique Hotel Bandung)*. Tourism And Hospitality Essentials (THE) Journal. Vol. IV No.2.
- Mittal, G. 2015. *Contextual Bundling: A New Angle when Strategizing for Higher Market Penetration*. Frontiers Of E-Business Research.
- Monroe, K. B. 1990. *Pricing: Making Profitable Decision*. New York: McGraw-Hil.
- Pusparisa, Yosepha. *Jumlah Pengguna Telkomsel Terbesar di Indonesia*. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/28/jumlah-pengguna-telkomsel-terbesar-di-indonesia>. diakses 15 Juni 2021
- Putri, Anggi Anugrah dan Sampurno Wibowo. 2017. *Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen (Study Kasus Pada Bee Outbond Bogor)*. Journal e-Proceeding of Applied Science. Vol.3, No.2
- Qur'an Kemenag. *Surat An-Nisa': 139*. dalam [quran.kemenag.go.id](http://quran.kemenag.go.id) diakses 19 Oktober 2021.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Reisinger, Markus. 2004. *The Effects Of Product Bundling In Duopoly*. Jerman: Department Of Economics University Of Munich.
- Resti. 2015. *Penggunaan Smartphone Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas RIAU*. Jom FISIP. Vol. 2 No. 1.
- Ridwan Dan Sunarto. 2010. *Pengantar Statistika Untukpenelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Managemen*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Rumus Statistik, "Rumus Slovin", dalam <http://www.rumusstatistik.com/2020/04/rumus-slovin>.
- Sari, Aida dan F. Denisa Rusli. 2009. *Analisa Persepsi Pembelian Product Bundling Cellular Phone Merek Esia Di Bandar Lampung*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 5 No.2

- Setiani, Bebby. 2011. *Analisis Persepsi Pembelian Produk Bundling Cellular Phone Merek Esia Di Bandar Lampung*. Padang: Universitas Andalas.
- Setiawan, Heri. 2004. *Pengaruh Bundling Strategy Terhadap Keunggulan Bersaing*. Semarang: UNDIP Skripsi tidak diterbitkan.
- Setiyani, Wulan. 2020. *Pengaruh Penetapan Harga Dengan Paket Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Di Royal Furniture Pekanbaru Ditinjau Dari Ekonomi Syariah*. Skripsi. Pekanbaru: UIN SUSKA.
- Simon, B. L. & J. A. Ruth. 1995. *Bundling as a Strategy for New Product Introduction: Effect on Consumer Reservation Price for Bundle the New Product, and Tie in*. Journal of Businis Research.
- Siregar, Anugrah Ananda Nauli. *Sejarah Product Xiaomi*. Fakultas Komputer: Universitas Mitra Indonesia
- Siregar, Sofyan. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, Sofyan. 2014. *Statistika Deskriptif untuk penelltian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Stremersch, S. & Gerard J. Tellis. 2002. *Strategic Bundling Of Products And Prices: A New Synthesis For Marketing*. Journal Of Marketing.
- Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugiyono. 2010. *Metode penelitian kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kesembilan. Bandung: C.V. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta : PT Prestasi Pustakarya.
- Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Tjiptono, Fandi. 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Ando offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi

- Usman & Akbar. 2011. *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Widarjon, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariant Terapan*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Winarsunu, Tulus. 2006. *Statistik Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Xiaomi Indonesia. *Tentang Xiaomi*. Dalam <https://www.mi.co.id/> diakses 15 Juni 2021
- Yadav, Manjit S. & Kent B. Monroe. 1993. *How Buyers Perceive Savings in A Bundle Price: an Examination of Bundles Transaction Value*. Journal of Marketing Research. Vol: 30.
- Yan, Ruiliang. et. al. 2014. *Bundling product ro success: The influence of complementarity and advertising*. Journal of Retailing and Consumer Services: Elsevier.
- Yang, Tzyy Ching dan Hsiangchu Lai. 2006. *Comparison of Product Bundling Strategies on Different Online Shopping Behaviors*. Taiwan.
- \_\_\_\_\_, *Teknik Pengumpulan Data*. Dalam [Http://Digilib.Unila.Ac.Id/13926/17/BAB%20III.Pdf](http://Digilib.Unila.Ac.Id/13926/17/BAB%20III.Pdf) diakses 1 Desember 2019.
- \_\_\_\_\_, *Teknik Analisis Data*. Dalam [Http://Digilib.Unila.Ac.Id/13926/17/BAB%20III.Pdf](http://Digilib.Unila.Ac.Id/13926/17/BAB%20III.Pdf) diakses 1 Desember 2019.
- Dalam <http://www.businessjournal.co.id/> diakses 15 Juni 2021