

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdellatif, T., & Chtioui, J. (2018). The Effect of the Perceived Value of an E-Shopping Experience on the Purchase Decision Process in the Social E-Commerce. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2479468>
- Abu, M., Askari, A., Faizal, M., & Valentine, W. (2016). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik pada PT. Adira Finance Cabang Durable Makassar. *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 33–40.
- ALHuwaishel, N. S., & AL-Meshal, S. A. (2018). The Impact of Perceived Value, Quality, and Loyalty on Purchase Decision in the Accessories Department: Study on Saudi Females. *British Journal of Marketing Studies*, 6(4), 21–31.
- Astuti, N. F. (2011). *Pengaruh Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Milan Bandung: Survei terhadap Konsumen Café Milan Bandung*.
- DailySocial. (2018). Survei Layanan Streaming Musik 2018 di <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018> (diakses 5 Maret 2021)
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Fitrianda, M. I. (2013). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember*.
- Ghozali, I. (2014). Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS), Edisi 4. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th editio). Pearson.
- Handi, H., Hendratono, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2018). The effect of E-WOM and perceived value on the purchase decision of foods by using the go-food application as mediated by trust. *Quality Innovation Prosperity*, 22(2), 112–127. <https://doi.org/10.12776/qip.v22i2.1062>
- Hatta, I. H., Rachbini, W., & Parenrengi, S. (2018). Analysis of product innovation, product quality, promotion, and price, and purchase decisions. *South East Asia Journal of Contemporary Business*, 16(5), 183–189.

**Paksi Megantoro, 2021**

**Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Aplikasi Music Streaming Spotify. (Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Preferensi Merek , Persepsi Kualitas , Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matik Di Semarang. *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi*, 12, 115–126.
- Kotler, P. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement. In *Pearson Edition Limited*.
- Larinta, karina denna. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PIZZA HUT DI KOTA MALANG Karina. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Machfoedz, M. (2010). Komunikasi pemasaran modern. *Yogyakarta: Cakra Ilmu*.
- Manambe, Hesty Fanny; Lopian, S.L.H.V Joyce; Soegoto, A. S. (2019). *Keputusan Pembelian ( Studi pada Rumah Makan Rosita Mando) Product Quality, Price and Servicescape Influence on Purchasing Decisions ( Study at Rosita Manado Restaurant )*. 7(4), 5456–5465.
- Maulana, T., & Susandy, G. (2019). the Influence of Viral Marketing and Price Discounts Through Social Media Instagram To Purchase Decision on Marketplace Shopee. *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)*, 16(2).
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenadamedia Group.
- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Balerang*, 3(1), 84–95.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>
- Prasetyo, S. H., & Suseno, Y. D. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Dengan Word of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(Edisi Khusus April 2015:), 159–166. <http://www.ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/download/1026/878>
- Paksi Megantoro, 2021**  
**Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Aplikasi Music Streaming Spotify. (Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)**  
 UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1  
[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Ramadhan, A. F. (2019). *Potongan Harga Steam.pdf*.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Selemba Empat.
- Satria, R., & Suharyono, S. (2017). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Vans Indonesia yang menggunakan sepatu merek Vans). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(2), 210–216.
- Setiawan, I. B. A. (2015). *ANALISIS PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BERTIPE LOW MPV (KASUS ARMADA TAKSI DI JAKARTA)*. 1–2.
- Simarmata, R. (2013). *PENGARUH PROMOSI DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TOYOTA YARIS PADA AUTO 2000 CABANG GATOT SUBROTO MEDAN*.
- Soegoto, A. S., & Emor, R. Y. (2015). Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 738–748. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.8715>
- Spotify. (2019). <https://support.spotify.com/id/article/what-is-spotify/> (diakses 6 April 2021)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suprapti, L. (2010). Analisis Pengaruh Brand Awareness , Perceived Value , Organizational Association Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*, 18.
- Susmonowati, T., & Royani, I. (2020). *The Effect of Price Discounts and Packaging Bonuses on Impulsive Purchasing Decisions to Consumers of Alfamart In Sunter Jaya , North Jakarta*. 1(4), 257–263.
- Tala, Y. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Perceived Value terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Pengguna Jasa Layanan Transportasi Go-Jek di Wilayah Tangerang Selatan*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In 1.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. In *Edisi I. Yogyakarta: Andi*.

**Paksi Megantoro, 2021**

**Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Aplikasi Music Streaming Spotify. (Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Trang, I., Nelwan, O. S., & Rumangkang, S. F. (2014). Potongan Harga dan Servicescape Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak pada Matahari Megamas Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 675–687.
- Trisnawati, Y. P. (2019). Pengaruh Media Sosial, Potongan Harga, Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Bigdeal Konveksi Klaten. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 63.
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate untuk Riset Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.

**Paksi Megantoro, 2021**

**Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Aplikasi Music Streaming Spotify. (Studi Kasus Pengguna Spotify Cibinong Kab. Bogor)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]