DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W. H. (2015). Partial Least Square (PLS) : Alternatif Equation Modeling (SEM) . *Penelitian Bisnis. C.V. Andi Offset*.

al, D. e. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

Amri, S. A., & Yuliana, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pengiriman J&T Express di Drop Point Krakatau Medan. *JIMK : Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 2*(1).

Anwar, S., & Mujito. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 9 No. 1*, 190.

Avkiran, N. &. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling Recent Advances* . Retrieved from Banking and Finance (Vol.267): https://www.springernature.com/series/6161

Ayu, A. D. (2021). Perilaku Konsumen. *Universitas Muhammadyah Ponorogo*.

Azalia, D. W., & Magnadi, R. H. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Layanan Video on Demand. *Diponogoro Journal of Management*, 1-12.

Badan Pusat Statistik. (2021, January 21). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from Hasil Sensus Penduduk 2020: https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html

Bank Indonesia. (2022, 11 7). *Berita Terkini (Pers)*. Retrieved from Menguatnya Kinerja Ekonomi Indonesia 2022: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2430222.aspx

Chavalitcheevin, M. O. (2018). Thai Millennials Purchase Behavior Towards Online TV Streaming Services: IFLIX, NETFLIX, and VIU. *Thammasat University Journal*.

Chusnah, & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan. *KINERJA Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 3 No. 1*, 112-113.

Databoks Katadata. (2021, 11 22). *Layanan Streaming Film Jadi Konten Berbayar Favorit Pengguna Internet*. Retrieved from Databoks: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/layanan-streaming-film-jadi-konten-berbayar-favorit-pengguna-internet

Databoks Katadata. (2022, November 3). Retrieved from Jumlah Pelanggan Netflix (Q3 2021-Q3 2022 dan Proyeksi Q4 2022): https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/03/sempat-ditinggal-pelanggan-netflix-tambah-24-juta-pelanggan-pada-kuartal-iii-2022

Databoks Katadata. (2022, 7 29). *Aplikasi Video on Demand (VoD) Paling Banyak digunakan di Indonesia*. Retrieved from Databoks:

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/netflix-aplikasi-video-on-demand-paling-favorit-di indonesia#:~:text=Hasil%20survei%20Populix%20menunjukan%20bahwa,ketiga%2C%20dengan%20persentase%2052%25.

Databoks Katadata. (2022, 6 21). *Netflix Kantongi Pendapatan Rp 116,73 Triliun pada Kuartal I 2022*. Retrieved from Databoks: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/netflix-kantongi-pendapatan-rp-11673-triliun-pada-kuartal-i-2022

Dina, T. D. (2021). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV. Lion Jailolo. *E-Journal Unsrat*, 147.

Dony, H. (2018). Manajemen Pemasran. *Universitas Muhammadiyah Ponorogo*.

Ghozali, I. &. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. *Badan Penerbit Undip*.

Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS). *Universitas Diponegoro*.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (9th ed.). *Universitas Diponegoro*.

Gultom, M. D., Adlina, H., & Siregar, O. M. (2022). The Influence of Electronic Word of Mouth and Brand Image on The Purchase Decision of Video on Demand NETFLIX Subscription. *Journal of Humanities, Social Sciences, and Business*.

Hair, J. F. (2017). A Primer of Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *Second Education California: Sage*.

Hamidah, L. L., Oktaviani, M., & Lestari. (2021). The Effect of Instagram's E-WOM on Netflix's Brand Image and Subscription Decision. *Jurnal Audience*.

Haryono, S. &. (2012). *Structural Equation Modeling Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Retrieved from Intermedia Personality: www.ptipu.blogspot.com

Hasan, V. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Subscribe: Telaah Pada Layanan Video On Demand Netflix. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

Hestanto. (n.d.). *Keputusan Pembelian*. Retrieved from Hestanto Personal Website: https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/

Jenita, N. S. (2021). Pengaruh Lifestyle, Electronic Word Of Mouth, dan Brand Image Terhadap Willingness To Subscribe Pada Layanan Over The Top Netflix (Studi Pada Pengguna Netflix). *Jurnal lmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.

KBBI. (2019, April). Retrieved from https://kbbi.web.id/langgan

Kementrian Bidang Koordinator Perekonomian RI. (2022, 8 5). Retrieved from Kementrian Bidang Koordinator Perekonomian RI Web site: https://ekon.go.id/publikasi/detail/4420/ekonomi-indonesia-q2-tahun-2022-tumbuh-impresif-di-tengah-ketidakpastian-dan-krisis-

global#:~:text=Perekonomian%20Indonesia%20tumbuh%20impresif%20sebesar,yakni%20sebesar%20Rp2.924%20triliun.

Kominfo. (2014). *Kominfo*. Retrieved from https://www.kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran_pers

L. H. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Semarang*.

Laksito, S. G. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi. *Universitas Muhammadiyah Magelang*, 1.

Lestari, E., & Chandra S., O. R. (2020). "Predicting Factors That Influence Attitude To Use And Its Implications On Continuance Intention To Use Svod: Study On Netflix Users Of Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*.

Liputan 6. (2022, 7 27). *Survei: Pengguna Aplikasi Streaming Meningkat, 74 Persen Pilih Berlangganan*. Retrieved from Liputan 6: https://www.liputan6.com/tekno/read/5025068/survei-pengguna-aplikasi-streaming-meningkat-74-persen-pilih-berlangganan

Lombogia, S. J., Santoso, T., & Marchyta, N. K. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Penggunaan Layanan Langganan Apliasi Streaming Musik Online Youtube Pada Generasi Milenial. *Agora*.

Media Indonesia. (2022, 7 28). Retrieved from Media Indonesia: https://mediaindonesia.com/humaniora/510355/layanan-video-streaming-semakin-menarik-bagi-konsumen-indonesia

Muzaki, A. (2019). Manajemen Pemasaran. *Institut Teknologi Bisnis Widya Gama Lumajang*.

N., F. O. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Mc Donald's pada Konsumen di Yogyakarta: Melalui Pendekatan Merek Hijau . *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.

Netflix. (n.d.). *About Netflix - Beranda*. Retrieved from https://about.netflix.com/id

Nielsen. (2016, 3). *Nielsen*. Retrieved from Millennials and Generation Z Lead the Future of Media: https://www.nielsen.com/insights/2016/millennials-and-generation-z-lead-the-future-of-media/

Nugrohoseno, D. (2014). *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen*.

Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, Kewajaran Harga, dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Merek Pasta Gigi NASA. (2022). *MD Year National Conference*.

Rahmadianti, I. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Risiko Pada Kepercayaan Produk Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.

Riadi, M. (2020, 5 30). Retrieved from KajianPustaka.com: https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-

jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html

Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen, 8*(3).

Rufaida, T. G. (2021). Pengaruh EWOM, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian VOD Netflix. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5917].

Sati, B. (2021). Daya Tarik Promosi, Harga dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea di Kota Makassar. *Universitas Bosowa*.

Stefanny, N., Rahmiati, F., & Roni, M. (2022). The Role of Brand Image and Brand Trust in Mediating The Influence of E-WOM on Purchase Decision (Case of Video-on-Demand NETFLIX). *Ideas: Journal of Management and Technology*.

Stephanie, Y., Setyabudi, D., & Pradekso, T. (2021). Terpaan YouTube Series dan Persepsi Pemasaran Interaktif di Twitter Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Subscriptions Video on Demand. *ejournal3.undip.ac.id*, 1-11.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D). *ALFABETA*.

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen Kwik Kian Gie*.

Ummah, N. (2020). Indikator Minat Beli. *Universitas Muhammadiyah Gresik*.