

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2014). *Aaker on Branding 20 Principles That Drive Success*.
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII.
- Arya, P., & Astawa, S. (2022). Gaya Hidup, Harga, Dan Keputusan Pembelian Spotify Premium. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3).
- Aulinawan, A., kresna Setiadi, I., & Nobelson. (2020). Pengaruh Gaya Hdup, Word Of Mouth, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pegipegi. In *Prosiding Biema Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* (Vol. 1).
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4). <http://maj.unnes.ac.id>
- Azizah, A., Diah, A. M., & Rahmawati, H. (2021, October 7). *The Determinants of Purchase Decision on Cinema by Intervening Variable of Attitude and Purchase Intention*. <https://doi.org/10.4108/eai.18-11-2020.2311683>
- Desyderya Gultom, M., 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 (Study On Netflix Users In Medan City). In *Journal Of Humanities, Social Sciences And Business (JHSSB)* (Vol. 2). <https://ojs.transpublika.com/index.php/JHSSB/>
- Firmansyah Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.
- Gorlinski, V. (2024). *Deskripsi, Sejarah, dan Fakta Spotify*. Britannica.
- Hair jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*.
- Handryanto, F., & Setianingsih, R. E. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Layanan Premium Aplikasi Streaming Musik Spotify Di Jakarta*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3087/10/resume.pdf>
- Harjadi. (2024). *Spotify Catat Rekor Pelanggan Premium Meningkat, Tren Streaming Musik Kini Ada Harganya*.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Tahir, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano. (2023). *Transformasi Bisnis di Era Digital*.
- Haryanti, R., & Alananto Iskandar, D. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berlangganan Layanan Netflix* (Vol. 8, Issue 4).
- Hidayat, Z. (2016). Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat. In *Dampak Teknologi Digital terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat Jurnal Komunikasi* (Vol. 13).

- Hoyer Wayne D., MacInnis Deborah J., Pieters Rik, Chan Eugene, & Northey Gavin. (2017). *Consumer Behaviour*. Cengage Learning.
- Indrasari Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.
- Jobber, D., & Ellis Chadwick, F. (2023). *Principles and Practice of Marketing*.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane, & Chernev Alexander. (2022). *Marketing Management 16th edition*. Harlow Pearson Education.
- Mamusung, D. Y., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2022). *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Shopee di Desa Ratatotok* (Vol. 3, Issue 6).
- Margareta, & Susanto, E. H. (2022). *Pengaruh Promotion Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Di Universitas Tarumanagara*.
- Maulana Rughasy, M., Marpaung, N., Artikel, S., & Harga Citra Merek Keputusan Pebelian Impulsif, D. (2023). *Pengaruh Diskon Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Steam Di Kota Medan)*. 1(1), 137–144. <https://journal.alshobar.or.id/index.php/bridging>
- McKechnie, S., Devlin, J., Ennew, C., & Smith, A. (2022). Effects of discount framing in comparative price advertising. *European Journal of Marketing*, 46(11), 1501–1522. <https://doi.org/10.1108/03090561211259952>
- Prabandari, A. I. (2024). *Generasi Gen Z Adalah Kelompok Usia yang Lahir di Era Digital*. Liputan 6.
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing*.
- Rahmawati, S., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Subscription Video On-Demand (Svod) Netflix*. <https://www.fisip.undip.ac.id>
- Rakhmayanti, I. (2024, June). *Spotify Makin Mahal, Harga Langganan Naik Juli 2024 Jadi Segini*.
- Schiffman Leon G., & Wisenblit Joe. (2019). *Consumer Behavior Twelfth Edition*. Pearson Education.
- 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*, 2(1), 12–21. <http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/IDEAS>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiarti, U. (2024). *Spotify Jadi Aplikasi Streaming Musik Pilihan Masyarakat Indonesia*. Good Stats.
- Sugiarto, W. A., & Hanif, R. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada*. 18(2), 606–617.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

- Suharyono, S., & Astuti, A. S. (2020). The Impact of Brand Image, Product Quality, Price, and Promotion on Premium Plan Purchase Decisions on the Spotify Music Streaming App. *FOCUS*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.37010/fcs.v1i1.265>
- Wahid, A. (2018). *Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup*.
- Yollis, S., & Netti, M. (2018). *Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial*.
- Zauderer, S. (2024). *Spotify Statistics: 79+ Intriguing Consumption Statistics in Music*. Cross River Therapy.