

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, D., (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Warung Oversize Tembalang Semarang). *Universitas Semarang*
- Ali, H., & Purwandi, L. (2020). *Indonesia Gen Z and Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation*. Jakarta: PT. Alvara Strategi Indonesia
- Andriani, D. A., (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Online di Kelurahan Sawah Brebes). *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*
- Arissetio, D., & Sanawiri, B. (2017). Motivasi dan Persepsi Terkait Atribut Profuk Media Streaming Music Spotify dan Joox. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49, 208
- Arusetyo, F. G., (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Cbr 250rr (Studi Pada Pengunjung Dealer Honda Delta Sidoarjo). *Jurnal Ilmu Manajemen* 6(4).
- Astuty, E. (2018). Soft Innovation Sebagai Strategi Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Fesyen. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Budianti, A. (2022). Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Harga, Citra Merek dan E-WOM Terhadap Minat Beli Ulang Akses Berlangganan Netflix. *Sanata Dharma University*.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence* (5th ed.). New York: Routledge.
- Chan, D. R. (2020). Pengaruh *E-Service Quality*, Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Layanan Premium Pada Aplikasi *Streaming* Musik Spotify Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara
- Febriany, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Goride Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pelanggan Goride di Kemayoran Jakarta Pusat). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.
- Hardani, H. A., Ustiawaty, J., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sykmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Issue April). CV. *Pustaka Ilmu Group*.
- Hermanto, dan Saputra, R., (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal* (1)

- Irma Dianita, D., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Brand Ekstensi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone Di Kota Malang (Survei pada pengunjung Outlet OPPO Smartphone di Mall Plaza Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 64(1), 119–125.
- Japarianto, E., & Adelia S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43
- Kominfo.go.id. (2022). *Kominfo*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/44678>
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). Principles of Marketing Seventeenth Edition. *British Library Cataloguing-in-Publication Data*.
- Masdaner, R., & Ruliana, P. (2021). Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Dalam Minat Beli Layanan Aplikasi Musik Spotify. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 356–373.
- Muthahhari, M., (2018). Pengaruh Kebijakan Harga, *Trust* Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Spotify. *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*
- Naufal, A. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Buldalk Bokkeummyeon (samyang) pada masyarakat di Kota Bandung. 2511(1996), 12907.
- Naufal, L. & Pradana, M., (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Platform E- Commerce Bukalapak. *e-Proceeding of Management: (8)5*
- Netti, S. Y. M., & Irwansyah, I. (2019). Jurnal Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1.
- Permadi, F. (2019). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan (Studi Kasus pada Pengunjung Situs Tokopedia.com). *Universitas Brawijaya*
- Pratama, A. (2019). Pengaruh Employee Engagement, Customer Satisfaction dan Competitive Advantage terhadap Financial Performance (Studi Kasus PT Angkasa Pura I (Persero) Kantor Pusat Jakarta). *Universitas Negeri Jakarta*
- Sarayar, M. C. L., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh E-WOM, Harga Dan Kualitas Product Terhadap Minat Beli “Folcis Pudding” Manado *Jurnal Emba*. 9(4), 294–303.
- Septyadi, M.A.K., Salamah M. & Nujiyatillah S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. 3(1)
- Spotify.com. (2022). *Spotify*. <https://www.spotify.com/id/premium/>
- Sumiati & Mujanah, S., (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *Andalas Management Review*, 2(2)

- Syahrivar, J., & Ichlas, A. M. (2018). The Impact of Electronic Word of Mouth (E-WoM) on Brand Equity of Imported Shoes: Does a Good Online Brand Equity Result in High Customers' Involvements in Purchasing Decisions *The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*, 11(1), 57–69.
- Tedjo, M., Sugito, S., & Rukun (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Transportasi Pribadi Pada Mahasiswa Menggunakan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus pada Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Gaussian*, Vol, 6(2), 211-219
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *AL-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Yudha, K. S. A., & Tricahyono, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Berlangganan Spotify Premium Pada Mahasiswa Di Indonesia. *Proceedings of Management*, 8(4).
- Zebua, F. (2018). *Laporan Daily Social: Survei Layanan Streaming Musik 2018*