

DAFTAR PUSTAKA

- Albab, M. U. (2022). Pengaruh Bauran Promosi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Belanggaan Netflix (Studi Survei Berlangganan Netflix Di Masa Pandemi). *Journal For Business And Entrepreneurship*, 6(2).
- Ananta, K. V. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mie Instan Alami Lemonilo (Studi Pada Masyarakat Kota Denpasar)* (Doctoral Dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Azmi, M. (2021). Pengaruh Iklan, Sales Promotion, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Shopee). *Journal Of Entrepreneurship, Management And Industry (Jemi)*, 4(4), 151-160.
- Dimas, A. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Distro Aye Denim Kelapa Gading)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Dewi, P. S. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology And Innovation. *Jmb: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35-54.
- Feriyanto, W. (2021). *Pengaruh Brand Image, Islamic Store Atmosfer Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening "Studi Kasus Pada Konsumen Rabbani Semarang"* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Halimah, M. A., & Yanti, R. D. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 70-79.

Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 1(1), 24-31.

Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 1(1), 24-31.

<https://Data.Tempo.Co/Data/1542/Jumlah-Pelanggan-Netflix-Kembali-Naik>

Islamiyah, N., Hidayati, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(16).

Izdihar, Gilang (2021) Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Iphone Pada Mahasiswa Generasi Z. Undergraduate Thesis, Upn "Veteran" Jawa Timur.

Katadata.Co.Id Cindy, M. A., (2022) Ada 204,7 Juta Pengguna Internet Di Indonesia Awal 2022. *Databoks.Katadata.Co.Id*

<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/03/23/Ada-2047-Juta-Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Awal-2022>

Katadata.Co.Id Cindy, M. A., (2022) Netflix, Aplikasi Video On Demand Paling Favorit Di Indonesia. *Databoks.Co.Id*

<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/07/29/Netflix-Aplikasi-Video-On-Demand-Paling-Favorit-Di-Indonesia>

Katadata.Co.Id Vika, A. D. (2022) Pelanggan Netflix Berkurang Hingga 970 Ribu Di Kuartal Ii 2022. *Databoks.Co.Id*

<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/07/23/Pelanggan-Netflix-Berkurang-Hingga-970-Ribu-Di-Kuartal-Ii-2022>

Katadata.Co.Id Viva, B. K., (2022) Indonesia Masuk Daftar 10 Negara Pengguna Internet Terbesar Di Asia. *Databoks.Katadata.Co.Id*.

<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/12/22/Indonesia-Masuk-Daftar-10-Negara-Pengguna-Internet-Terbesar-Di-Asia>

Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Uniqlo (Studi Pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807-813.

- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, 2(3), 150-159.
- Lestari, R., & Elwisam, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(63).
- Naufal, M., & Kramadibrata, B. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Erigo Di E-Commerce Shopee Di Jakarta Barat. *Jisma: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 695-700.
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230-243.
- Pitoy, C. D., Tampi, J. R., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. *Productivity*, 2(1), 1-5.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1651-1667.
- Rizan, M., Handayani, K. L., & Rp, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *Jrmsi-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457-478.
- Safitri, A. N. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*, 1-9.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jrmsi-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian mie gacoan (studi pada pelanggan mie gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.
- Santi, E. R., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 47-56.

- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2).
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Saputra, J. A., Wardianto, K. B., & Subagja, G. (2021). Analisis Minat Beli Ulang Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Tampilan Iklan, Dan Nilai Manfaat Pada Konsumen Spotify Di Bandar Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(6), 8-8.
- Sofya, D. N., & Purwanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang "Slai O'lai". *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 6(3), 28-37.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Sudarijati, S., Andari, T. T., & Rosyada, R. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi Sn4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida*, 6(2).
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(3), 176-184.
- Suyoto, Iyan (2020) Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian H&M Di Mall Kelapa Gading / Iyan Suyoto / 21160043 / Pembimbing: Abdullah Rakhman. Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Tambunan, S., & Handayani, W. (2017). Minat Beli Ulang Kartu Perdana Nomor Cantik Simpati (Studi Dicomtech Shop Surabaya). *Manajemen Bisnis-MEBIS*, 1(1).
- Tempo.Co.Id Faisal, J., (2022) Jumlah Pelanggan Netflix Kembali Naik. Data.Tempo.Co

- Toha, M. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. 10.
- Viani, G. A. I., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kfc Di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid 19. *Emas*, 3(3), 35-43.
- Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Produk Starbuck. *Transaksi*, 12(1), 51-66.
- Yudha, K. S. A., & Tricahyono, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Berlangganan Spotify Premium Pada Mahasiswa Di Indonesia. *Eproceedings Of Management*, 8(4).
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128