

DAFTAR PUSTAKA

- Aditionsa, J. F., & Dermawan, R. (2022). Effect Of Brand Awareness, Promotion And Ease Of Use Perceptions On Decisions To Use Linkaja E-Wallet. *Jurnal Ekonomi Balance*, 18(01), 145–154. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/view/7886>
- Aida Kurnia Sari, R. D. (2023). The Influence of Social Media Marketing and Perceived Quality on Brand Loyalty Mediated by Trust (An Empirical Study on Chatime Customers in Jabodetabek). *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1917–1928. <https://doi.org/10.59141/jiss.v4i10.912>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Amora, J. T. (2021). Convergent validity assessment in PLS-SEM: A loadings-driven approach. *Data Analysis Perspectives Journal*, 2(1), 1–6.
- Anak Agung, et al. (2023). Peran Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 12(3), 280–304. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p03>
- Auditya, A., & Hidayat, Z. (2021). Netflix in Indonesia: Influential Factors on Customer Engagement among Millennials' Subscribers. *Journal of Distribution Science*, 19(1), 89–103. <https://doi.org/10.15722/jds.19.1.202101.89>
- Azhar, L., & Pahlawansjah Harahap, R. I. L. (2023). Pengaruh karakteristik individu, beban kerja dan stres kerja terhadap kinerja pegawai yang dimediasi kepuasan kerja. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 1–15.
- Barlian, J. K. (2023). *Vidio, tingkatkan watching experience agar jadi platform ott lokal terbesar*. SWA.Co.Id. <https://swa.co.id/business-champions/companies/vidio-tingkatkan-watching-experience-agar-jadi-platform-ott-lokal-terbesar>
- Benyon, D. (2019). *Designing User Experience*.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Danurwindo, M. A. H., Anwar, M., & Handayani, W. (2021). The Role of Perceived Usefulness, Customer Satisfaction, and Emotional Stability, to Continuance

- Intention of C2c Online Shop in Surabaya. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 109. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2021.v15.i01.p10>
- Daryanto, S. dan T. (2021). The Effect Of Green Marketing, Brand Awareness And Price On Purchase Intention Tupperware. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 1–10.
- Fitriani, F. S., Harahap, R. D., & Nurlaila, N. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia : Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner*, 7(3), 2518–2527. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1427>
- Gozali, N. F., & Yugopuspito, P. (2021). Enrichment: Journal of Management Antecedents of Advertising Value to Brand Awareness and Subscription Intention (Case of Disney+ Hotstar Ads on Youtube Ads). *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 228–231. www.enrichment.iocspublisher.org
- Grover, P., Kar, A. K., & Janssen, M. (2019). Diffusion of blockchain technology: Insights from academic literature and social media analytics. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(5), 735–757.
- Gunawan, P. (2022). Pengaruh Content Richness , Perceived Usefulness Dan Perceived Price Terhadap Willingness To Subscribe Pada Layanan Platform Streaming Wetr Di Indonesia. *Agora*, 10(2).
- Iskandar. (2022). *Vidio Kantongi Pengguna Aktif Terbanyak di Indonesia, Kalahkan Netflix dan Disney+*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5097089/vidio-kantongi-pengguna-aktif-terbanyak-di-indonesia-kalahkan-netflix-dan-disney?page=4%0A>
- Izdihar, G., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Iphone Pada Mahasiswa Generasi Z. *JURNAL SeMaRaK*, 5(2), 1–16. <https://doi.org/10.32493/smk.v5i2.21413>
- Joseph F. Hair, Barry J. Babin, William C. Black, R. E. A. (2019). Multivariate Data Analyses. In *Cengage*. <https://doi.org/10.3390/polym12123016>
- Khairunnisa, Dedy Kurniawan, Ali Ibrahim, E. L. R. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Konten Sosial Media Terhadap Aplikasi Layanan Streaming. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6), 4300. <http://ijcs.stmikindonesia.ac.id/ijcs/index.php/ijcs/article/view/3135>
- Kodrat, A. dan D. S. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship*, 1(1).
- Kurniawati, D. (2020). Pengaruh Customization, Basic Market Orientation

Dancompetitive Benchmarking Terhadap Customer Retention. *Seminar Nasional Manajemen, September*, 201–209.

Luten, T. L. (2023). *Social Media Marketing 5 edition*.

M. Iwu Iyansyah, Shintia Sari, Syahrial Shaddiq, H. M. Z. (2021). Literasi Manajemen Komunikasi Pemasaran Dalam Melaksanakan Etika Dan Standar Periklanan. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(May).

Maulana, R. P. N., & Supriyono, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian pada Bunga Swalayan Sampang. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(01), 74–83. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i01.417>

Mohd Thas Thaker, H., Khaliq, A., Ah Mand, A., Iqbal Hussain, H., Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, & Allah Pitchay, A. Bin. (2021). Exploring the drivers of social media marketing in Malaysian Islamic banks: An analysis via smart PLS approach. *Journal of Islamic Marketing*, 12(1), 145–165. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0095>

Moslehpour, M., Dadvari, A., Nugroho, W., & Do, B. R. (2021). The dynamic stimulus of social media marketing on purchase intention of Indonesian airline products and services. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(2), 561–583. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0442>

Muhson, A. (2022). Analisis Statistik dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling. *Universitas Negeri Yogyakarta*.

Mulyono, A. D., & Ekawati, S. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja, Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(4), 848–856. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26925>

Nabila, M. (2024). *JustWatch Report: Netflix Dominates Indonesia's Streaming Video Market Share Throughout 2023*. *Dailysocial.Id*. <https://en.dailysocial.id/post/pangsa-pasar-video-streaming-2023>

Ngurah, G., Krisnawan, D., & Jatra, I. M. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Awareness, and Brand Association on Smartphone Purchase Intention (Case Study in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 6–117. www.ajhssr.com

Philip Kotler, G. A. (2021). *Principles of Marketing: 18 Edition*.

Prasetyanto, W. E. (2022). Efek Interaksi Negara Produsen Dan Kesadaran Merek Untuk Niat Pembelian Kaum Muda Pada Produk Dengan Keterlibatan Rendah. *Exchall: Economic Challenge*, 4(1), 32–50. <https://doi.org/10.47685/exchall.v4i1.227>

- Pratama, E. M. H., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Entertainment, Credibility, Informative, dan Irritation Terhadap Sikap Konsumen. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1812–1824. <https://journal.binus.ac.id/index.php/winners/article/download/694/671>
- Pratiwi, D. M. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Food And Beverage*. 8(1), 2024.
- Pritania, A., & Mulia, D. (2023). Flexibility, Content and Perceived Ease of Use Towards SVOD Subscription Intention Mediated by Perceived Price. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8(1), 1189–1196. www.ijisrt.com
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>
- Putri, F. P. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Variasi Produk, Electronic Word Of Mouth Dan Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli Kembali Berlangganan Netflix (Studi kasus penelitian di Provinsi DKI Jakarta). *Doctoral Dissertation, Universitas YARSI*. <https://digilib.yarsi.ac.id/10046/>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Rahman, D. (2021). Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar dan Informasi. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 9–14.
- Ramadhan, H., Persada, S. F., & Bisnis, D. M. (2021). Analisis Demografi pada Peran Social Media Marketing Efforts (SMME) : Studi Kasus Motor Listrik XYZ. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2).
- Ruby, D. (2023). *28+ Statistik OTT Tahun 2024 (Pengguna, Platform & Ukuran Pasar)*. Demand Sage. https://www-demandsage-com.translate.google/ott-statistics/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Sahara, F. T., & Triwardhani, D. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berlangganan layanan streaming video-on-demand Netflix. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(1), 71–91. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Sholawati, R. L., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Produk Di Restoran Fast Food. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 1098.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan

Partisipan Ditinjau. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.

Syarifuddin, Bata Ilyas, J., & Sani, A. (2021). Pengaruh Persepsi Pendidikan dan Pelatihan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Di Kota Makassar. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(2), 55. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/article/view/102>

Tanamee, D., & Thanabordeekij, P. (2022). Factors Influencing Generation Z's Subscription Intention of Video Streaming During the Pandemic in Thailand. *Journal of ASEAN+ Studies*, 3(2), 23–34.

Taufik, A. (2020). Interaksi Komunikasi dalam Pendidikan. *Edification*, 12(02).

Umar, A., & Norawati, S. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Pada Upt Sungai Duku Pekanbaru. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 835–853. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.656>

Utami, S. (2022). *Vidio duduki peringkat 1 di Indonesia, kalahkan netflix dan disney+ hotstar*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/vidio-duduki-peringkat-i-di-indonesia-kalahkan-netflix-dan-disney-hotstar-1zOu61V96IC/full>

Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26. <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>

Yohana F. C. P. Meilani,, Innocentius Bernarto, M. P. B., & Ian N. Suryawan, R. R. M. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>

Yonatan, A. Z. (2023a). *Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia*. Data Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>

Yonatan, A. Z. (2023b). *Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023*. Data Goodstat.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>

Yuslestrali, L. P., & Anggrainie, N. (2023). Jurnal Mirai Management Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berlangganan Media Streaming Berbayar Netflix (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Netflix). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 232–250.