

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S., Hurriyati, R., & Dewi Dirgantari, P. (2023). *Dampak Electronic Word of Mouth dan Percieved Value dalam Meningkatkan Online Repurchase Intention pada Platform Tokopedia*. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(3), 619–636. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i3.2686>
- Arizka, N. (2024). *Strategi Pengelolaan Channel Youtube Tribun Psm Makassar Dalam Meningkatkan Subscriber*. In *Ayan* (Vol. 15, Number 1). INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE.
- Arwani Sholeh Achmad, M. (2022). *Pengaruh E-WOM, Kualitas Konten terhadap Subscription Decision melalui Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Layanan Streaming Genflix pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Boleng, T. A., Fanggidae, R. P. C., Salean, D. Y., & Amtiran, P. Y. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome (Studi Kasus Pada Pelanggan Indihome Di Kota Kupang)*. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(5), 1251–1269. <https://doi.org/10.35508/glory.v4i5.11702>
- Bonti, B., Nurasa, H., Kudus, I., & Halim, H. A. (2024). *Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Kapasitas Budaya Digital Di Desa Cileunyi Kulon Kabupaten Bandung*. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 5(2), 137–152. <https://doi.org/10.24198/sawala.v5i2.51343>
- Budianto, A., Enas, E., Kusniawati, A., Herman, F., Bastaman, I., Darna, N., Badriatin, T., & Mulyana, A. E. (2023). *Manajemen Kualitas dan Produktivitas*. In A. Budianto (Ed.), EUREKA MEDIA AKSARA.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2024). *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Busu Coffee Pamulang*. *Neraca : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(12), 436–449. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Dafa, F., Pratama, G., & Susanto, B. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020)*. 885–905.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2022). *Strategi Pemasaran*. In *M. A. Wardana (Ed.)*, *Intelektual Manifes Media* (Vol. 1, Number 0). <https://repository.ipmi.ac.id/2351/1/eBooks> Strategi Pemasaran

- Fatikha sari, R., & Musadad, A. (2023). **The Influence of Perceived Value and Brand Experience on Purchasing Decisions of YouTube Premium Services (Study on Followers Instagram Account @Youtuber Karawang)**. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 139–148. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1841>
- Febrita Shafa Nitanto, Lady Seftiani Nabila, Rusdi Hidayat N, & Indah Respati Kusumasari. (2024). **Teori Pengambilan Keputusan: Mengupas Definisi, Proses, Dan Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Dalam Konteksi Organisasi**. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(4). <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/6756>
- Febriyanti Nur Fitria, & Dwijayanti Renny. (2022). **Pengaruh E-Service Quality dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya)**. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi, Dan Kewirausahaan*, 2(2), 181–191.
- Fitria, L., & Indayani, L. (2024). **Live Streaming, Electronic Word of Mouth, and Brand Trust on Purchase Decision at Parfume Mykonos Pengaruh Live Streaming, Electronic Word of Mouth, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Parfum Mykonos**. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.33096/jmb.v11i2.870>
- Ghozali, I. (2012). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS**. Universitas.
- Gogogoy, G. (2015). **Channel YouTube Gogogoy**. Youtube. <https://www.youtube.com/@GOGOGOY>
- Goyette, G., Isabella, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). **E-WOM Scane: Word-of-Mouth Measuremen**. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de I Administration*27.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). **Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?** Wiley Periodicals, Inc.
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). **Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)**. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-047-2>
- Indriasari, M. (2019). **Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan**. Unitomo Press.
- Jumawan, J., & Prasetyo, A. I. (2024). **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Wuling Arista Bekasi**. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(12), 427–437. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.12800599>
- Kemp, S. (2025). **YouTube Users, Stats, Data & Trends for 2025**. Data Reportal. <https://datareportal.com/essential-youtube-stats>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). **Principles of MARKETING**. In *Pearson Education Limited* (17th editi). <https://sharifstrategy.org/strategy-books>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management : Defining Marketing for the 21st Century**. In *Pearson Education Limited* (15th edisi). https://library.fbe.uui.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3913&keywords
- Leiwakabessy, A., & Kurnia, K. (2023). **Pengaruh Live Streaming Engagement Terhadap Continous Watching Intention**. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 2(1), 64–77. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v2i1.547>
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, R., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, S., Aman, A., & Herman, H. (2022). **Manajemen Pemasaran**. *Manajemen Pemasaran (I)*. Strategy Cita Semesta. [https://eprints.uis.ac.id/59/1/Naskah Buku Manajemen Pemasaran %28final%29.pdf](https://eprints.uis.ac.id/59/1/Naskah%20Buku%20Manajemen%20Pemasaran%20Final%20.pdf)
- Londong, J. P., Paridi, A., Patandean, E. H., & ... (2023). **Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Advertising Terhadap Keputusan Berlangganan Spotify Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis**. *MARIOBRE: Journal of ...*, 01(1). <https://www.ojsapaji.org/index.php/mariobre/article/view/168%0Ahttp://www.ojsapaji.org/index.php/mariobre/article/download/168/91>
- Lovelock, C., & Wright, L. (1988). **Principle of Service Marketing and Management (Second Edi)**. Person Education International, Inc.
- Maghfirotika, A., & Nurhadi, N. (2024). **Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek (Studi pada Mahasiswa di UPN Veteran Jawa Timur)**. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(6), 3933. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i6.4135>
- Muhammad Salman, & Fretes, M. S. D. De. (2022). **Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Warkop Sehati Pangkalan Asem**. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1988). **SERVQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality**. *Journal of Retailing*, 64, 28. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Pasaribu, S. S. M., & Hidayat, A. M. (2023). **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian**. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 1065–1071. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.638>
- Persepsi, P., Dan, H., Pelayanan, K., Keputusan, T., Jasa, P., Elektronik, S., Mardian, L. A., Suci,) ; Lestari, P., & Dudu Risana,) ; (2023). **The Effect Of Perceived Price And Service Quality On Purchasing Decisions For Electronic Services (Survey On Customers Of Computer Kios & Services Singaparna)**. In *Journal of Indonesian Management* (Vol. 3, Number 3).
- Priyatna, I. K., Marsudi, M., & Rahadjeng, E. R. (2023). **The Effect of Service Quality and Price on Purchasing Decision of Telkomsel Internet Services In Indonesia**. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 3(01), 60–69. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v3i01.25454>

- Rahmadani, A., & Othman, L. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga Dan E-Service Quality Terhadap Subscription Decision Layanan Netflix Di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Riau*. Jurnal Daya Saing, 11(2), 405–411. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i2.2109>
- Ramli S, R. S., & Hasbullah, H. (2021). *Analisis bauran pemasaran, perilaku konsumen dan citra merek terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan*. Forum Ekonomi, 23(4), 614–622. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10231>
- Rananta Pelawi, L., & Sabrina, H. (2024). **Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Niat Beli Produk Smartphone Android (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Kabanjahe)**. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(4), 2654–2663. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23616>
- Reza Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). *The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention*. Marketing Intelligence & Planning, 30(4), 460–476. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>
- Rifatul H, A., & Endang, A. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Pixy di Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10(2), 1153–1161.
- Rizkia, A. D., Ispriyanti, D., & Sugito, S. (2023a). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Youtube Premium Menggunakan Partial Least Square*. Jurnal Gaussian, 11(3), 323–331. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.11.3.323-331>
- Rizkia, A. D., Ispriyanti, D., & Sugito, S. (2023b). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Youtube Premium Menggunakan Partial Least Square*. Jurnal Gaussian, 11(3), 323–331. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.11.3.323-331>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Sari, P. A., & Ratmono, R. (2022). *Pengaruh Kemampuan Kerja, Kompensasi, Disiplin Kerja dan Pengawasan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) UP3 Kota Metro Peni*. Jurnal Manajemen Diversifikasi, 2(1), 319–331.
- Sartika, D. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Pink Kota Parepare*. DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2(1), 7–12. <https://doi.org/10.31850/decision.v2i1.730>
- Sekarbhuhana, P. M. (2022). *Manajemen Konten Channel Youtube Arik Nlimk Untuk Melestarikan Musik Keroncong*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO.
- Sembiring, T. Br., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori & Praktik)*. In B. Ismaya (Ed.), *Buku Ajar*

- Metodologi Penelitian (Cetakan Pe, Number 1). Saba Jaya Publisher.
- Seoulside.joya. (2026). *Account Tiktok seoulside.joya*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@seoulside.joya>
- Setiawan Rifky Budi. (2023). *Peranan Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Diadora Di Sport Station Medan Marelan*. NUSANTARA: Ilmu Pengetahuan Sosial, 10(1), 446–456. <https://doi.org/https://doi.org/10.31604/nusantara>
- Sholihah, M., Bodroastuti, T., & Rustian, L. A. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tempe*. Jurnal Ilmiah Aset, 24(2), 121–131. <https://doi.org/https://doi.org/10.37470/1.24.2.206>
- Shultz. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. In Edisi Revisi. Cetakan kelima. Alfabeta.
- Siarmasa, A., Tjokro, C. I., Saleky, S. R. J., Gemies, S., & Nahuway, V. F. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan*. Administrasi Terapan, 2(2), 422–434. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jat.v2i2.2076>
- Soegoto, A. S. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN: Konsep, Strategi, dan Teknik-Teknik Manajemen Pemasaran Modern* (Cetakan Pe). CV. PATRA MEDIA GRAFINDO.
- Soetiyono, A., & Alexander, A. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Marketplace di Indonesia*. ECo-Buss, 7(3), 2055–2071. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2148>
- Solomon, M. R. (2023). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*.
- Sugiyono, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Alfabeta, Ed.).
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021a). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado)*. In Jurnal EMBA (Vol. 9, Number 4).
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021b). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) the Influence of Product Quality, Price and Advertising Social Media on Buy*. 304 Jurnal EMBA, 9(4), 304–313. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/36229>
- Syafwan Khair, M., & Usman, O. (2023). *Analyzing Factors Influencing Subscription Decisions for Exclusive Content on Instagram*. International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM), 3(1), 234–247.

<https://doi.org/https://doi.org/10.21009/ISC-BEAM.013.15>

- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian*. In *UR Press* (Edisi Revi). Unri Press. <http://almasdi.staff.unri.ac.id>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa “Prinsip, Penerapan, dan Penelitian”* (Edisi 1). CV. ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik*.
- Trisnawati, T., & Reza, T. S. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Pada (Warung Nasi Kud) Cikarang Barat*. JUMABI: Jurnal Administrasi Bisnis, 1(6), 524–544. <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i10.87>
- Valerie, Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2025). *Pengaruh Harga Layanan, Kualitas Konten, Penawaran Eksklusif, Dan Kejenuhan Belajar Terhadap Keputusan Berlangganan Layanan Hiburan Streaming*. PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora, 4(2), 3001–3008.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (M. Pradana, Ed.). CV. EUREKA MEDIA AKSARA. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/6756>
- Wiayunda, V., & Setiawan, H. (2024). *Pengaruh Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, dan E-WOM Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Transportasi Online Maxim di Kota Madiun*. SIMBA Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 6, 7. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/8169/6362>
- YouTube. (n.d.). *Youtube Channel Membership*. Retrieved November 26, 2025, from https://www.youtube.com/intl/en_uk/join/
- Yusuf, Y., Kamal, M. F., Taufik, M., Putri, T. N., & Ariawan, A. (2024). *Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Elektronik Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Chila Petshop Kendari*. Manajemen Kreatif Jurnal, 2(2), 101–110. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i2.3262>
- Zafira Ruhliandini, P. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal DIMAMU, 4(2), 357–369. <https://doi.org/10.32627>
- Zhafira, D. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Kampanye Literasi Pertanian Bagi Generasi Muda (Analisis Strategi Konten Kanal BBQ Mountain Boys)*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/35827>