

DAFTAR PUSTAKA

- Mohammad Rofiudin, 2. S. (2022). PENGARUH HARGA DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TOKOPEDIA PASCA COVID 19. *INSPIRASI Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 721-730.
- Amalia S. Naue, J. A. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Aplikasi Spotify (Studi Kasus pada Konsumen Spotify di Kota Manado). *Productivity, Vol. 2 No. 2, 2021*, 98-101.
- Amriel, E. E. (2018). The Effect on the Information Quality of Mobile Advertising on Brand Attitudes and Purchase Intention in Instagram. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 83-92.
- Ananda Derista Pramesti 1, R. T. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tmlst Collective Space. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2828-5298.
- Anandah Amirah, N. I. (2024). Pengaruh Perceived Prive dan Perceived Usefulness terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi layanan Spotify Premium di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 9882-9883.
- Armstrong, G. K. (2011). *Principles of Marketing (8th Canadian ed.)*. Toronto: Pearson Education Canada.
- Arum Wahyuni Purbohastuti1, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 37-46.
- Ary, M. (2014). IDENTIFIKASI PERILAKU CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PROGRAM STUDI MENGGUNAKAN ANALISIS FAKTOR . *Jurnal Paradigma*, 35-45.
- Astutik, I. D. (2022). Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee: Analisis Harga dan Kualitas Produk dimoderasi Kepercayaan Konsumen. *Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 2169-2184.
- Bagus Gemilang1*, B. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management*, 400-407.

- Bahransyah, M. A. (2018). Pengaruh Bauran Promosi dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Topi Kulit Eervoleather. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 37-46.
- Bayu Yudi Oktavian, B. Y. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Cafe Dewan Kopi Pati). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 167-183.
- Berliana Citra Hapsari, S. R. (2022). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI TOKO ONLINE LAZADA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2337-3792.
- Budiatmo2, B. A. (2021). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. X, No. 2*, 1169-1176.
- Chaterina Teresha1), A. F. (2022). PENGARUH DISKON, VVOUCHER, DAN CASHBACK TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK SHOPEEPAY. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 20-27.
- Chaudhuri, A. &. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 81-93.
- Christian, H. F. (2019). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK HUNGTATA. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 230-239.
- Daffa'ul Hanif Muhibin1, Z. F. (2023). The Effect of Price Perception and Electronic Word of Mouth on the Purchase Intention of Spotify Premium Service in Surabaya City. *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*, 1605-1618.
- Delgado-Ballester, E. (2004). Applicability of a brand trust scale across product categories: A multigroup invariance analysis. *European Journal of Marketing*, 573-592.
- Dhakhirah3, F. N. (2025). The Influence of Customer Experience and Brand Trust on Consumer Repurchase Intention in The Spotify Premium Application (Study on Students of State Polytechnic of Malang). *Journal of Economic Equity, Finance, and Taxation*, 126-138.

- Didi Tarmidi1, A. B. (2022). Perceived Value and Perceived Quality on Repurchase Intention: The Case Study Of Spotify in Bandung. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 3212-3216.
- Dodds, W. B. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*, 307–319.
- Dwi Febriani Fauziah1, D. S. (2021). ANALISIS FAKTOR PURCHASE INTENTION PENGGUNA LAYANAN BERBAYAR APLIKASI STREAMING MUSIK. *e-Proceeding of Management*, 2355-9357.
- Dwi Maulana1, A. Y. (2025). ANALISIS KEPUASAN KUALITAS WEBSITE LAYANAN STREAMING MUSIK SPOTIFY MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 . *Jurnal Multidisiplin Saintek* , 2988-1986 .
- Efi Lutfiah, A. P. (2025). Pengaruh Perceived Price, Perceived Usefulness Dan Pemasaran Personalisasi Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Streaming Musik Spotify Premium Pada Gen Z di Wilayah Surabaya. *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar* , 2302-6219.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firsia Noistataka1*, M. H. (2025). The Influence of Customer Experience and Brand Trust on Consumer Repurchase Intention in The Spotify Premium Application (Study on Students of State Polytechnic of Malang). *Journal of Economic Equity, Finance, and Taxation* , 126-138.
- Firzan Muhammad1, A. M. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Pada Komunitas Discountfess. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 3032-0550.
- Fitria Dewi Puspita Anggraini1, A. V. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *JURNAL BASICEDU*, 6492-6503.
- hafique Ur Rehman1*, A. B. (2019). The moderating role of trust and commitment between consumer purchase intention and online shopping behavior in the context of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-25.
- Hair, J. F. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 2-24.
- Hana Febri Wahyuningtyas1, E. L. (2020). Penerapan Strategi Diskriminasi Harga Pada Produk Agrikultur (Studi Kasus Pada Penjual Tanaman Hias di Dusun Dukuh, Desa Kopeng, Kec. Getasan, Kab. Semarang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2598-2893.

- Hanif Fadillah Setyadi¹, B. T. (2025). Analisis Pengaruh Variety of Content, User Experience Dan Service Quality Customer terhadap Loyalty Pada Aplikasi Layanan Streaming Musik. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1-10.
- Huda¹, M. (2021). PENGARUH MERCHANDISING DAN PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN TOKO BASMALAH SIDOGIRI. *Journal Knowledge Industrial Engineering (JKIE)*, 54-71.
- I Gede Prayoga Sukma Dharma^{1*}, A. A. (2025). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN DETTOL (STUDI PADA KONSUMEN SABUN DETTOL DI WILAYAH DENPASAR). *Jurnal Emas*, 1846-1870.
- I Made Bagus Dwiarta, S. M. (2021). HE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, QUALITY PERCEPTION, AND LOCATION ON PURCHASE DECISIONS. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 222-230.
- Ilham Faniansyah¹, M. F. (2025). ANALISIS PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN DIRECT MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA CV. ASIA LAND PROPERTY. *Jurnal Bisnis Net*, 885-895.
- Irma Nilasari¹, R. H. (2021). Do brand geographic location and price value stimulate intentions to premium services? Evidence from Spotify Indonesia. *REVIEW OF INTERNATIONAL GEOGRAPHICAL EDUCATION*, 2146-0353.
- James E. Bartlett, I. J. (2001). Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 43-50.
- Joseph F. Hair, J. J. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 2-24.
- Kenny, R. M. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1173-1182.
- LailiMaghfiroh¹, S. (2024). PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI APLIKASI MUSIK SPOTIFY PREMIUM. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 2597-5234.

- Lasmita¹, M. M. (2024). Literatur Review: Operasionalisasi Variabel dalam Penelitian Pendidikan: Teori dan Aplikasi . *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 2614-3097.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *nternational Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 450-465.
- Lien, C. H. (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *Asia Pacific Management Review*, 211-218.
- Luthfi Ali Akbar¹, U. S. (2023). The Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Price Perception on Purchase Decisions of MIXUE Products in the City of Surabaya. *International Journal of Economics*, 244-250.
- Malik, H. R. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE PADA TOKOPEDIA.COM DI JAKARTA PUSAT. *REFORMASI ADMINISTRASI Volume 3, No. 1, Maret 2016*, 127.
- Maula Tri Wahyuni^{1*}, N. K. (2025). Dampak Pelayanan dan Promo Penjualan terhadap Minat Pembelian Produk Moorlife di Surabaya. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* , 702-709.
- Mayer, R. C. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 709-734.
- Muhamad Zainal Aripin¹, Y. S. (2023). PENGARUH STRATEGIC MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP BRAND AWARENESS DAN MINAT BELI (Studi Pada Followers Akun Instagram Brand Stimuno Indonesia Pada Produk Stimuno Forte Pasca Pandemi). *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikas*, 89-98.
- Muhartini Salim a, R. S. (2023). The Effect of Trust, Perceived Risk and E-Service Quality on the Intention to Purchase of E-Commerce Consumers in Indonesia. *Journal of Madani Society*, 53-66.
- Muhyar Nugraha¹), S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen. *JURNAL ILMIAH EKONOMI GLOBAL MASA KINI*, 97-102.
- Musyawah, I. Y. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUSANA MUSLIM PADA TOKO RUMAH JAHIT AKHWAT (RJA) DI KABUPATEN MAMUJU. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 49-59.

- Nabila Rachmadhania, W. E. (2017). PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN MANCANEGARA KE DKI JAKARTA. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 210-217.
- Nasution, S. (2017). VARIABEL PENELITIAN. *RAUDHAH*, 1-9.
- Ni Luh Eni Kadeari1*, K. K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Layanan “Music Spotify Premium” Studi Kasus pada Generasi Milenial di Bali . *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 276-283.
- Noi Gitas Syahlita1, W. D. (2024). Pengaruh Perceived Value dan Harga terhadap Minat Belanggan Spotify Premium yang dimoderasi oleh Usia Pengguna. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 199-211.
- Novi Yuliatwati1, R. H. (2024). Pengaruh Intensitas Periklanan Media Sosial Terhadap Minat Beli melalui Citra Merek Sebagai Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 14-20.
- Ntina Kourmousi 1, *. V. (2015). Reliability and Validity of the Multidimensional Locus of Control IPC Scale in a Sample of 3668 Greek Educators . *social sciences* , 1068-1078.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 101.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 101.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 101.
- Pavlou, P. A. (2003). onsumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 101.
- Punzalan, J. J. (2012). On the Misuse of Slovin’s Formula. *The Philippine Statistician*, 129-136.
- Reynanta Masdane1, P. R. (2021). lectronic Word Of Mouth Dan Brand Image Dalam Minat Beli Layanan Aplikasi Musik Spotify. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 356-373.
- Reyza Banowati1, L. N. (2023). Keputusan Pembelian: Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Kepercayaan . *Student Research Journal* , 397-406.

- Ricky Setiawan, A. A. (2021). Effects of Effects of Perceived Trust and Perceived Price on Customer's Intention to Buy in Online Store in Indonesia . *ASEAN Marketing Journal*, 1-12.
- runa Candra Pratiwi, B. M. (2019). PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION DIGITAL MUSIC STREAMING SERVICES DENGAN SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Aplikasi Joox dan Spotify) . *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2337-3806.
- Sapnah Rachmawati (1), S. P. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KANZLER. *JURNAL PANORAMA NUSANTARA*, 1-11.
- Saqib Mehmood¹*, M. H. (2024). Online Brand Attachment, Experience, and Sales Promotion Leads to Purchase Intention: Moderating Role of Online Brand Trust. *Journal of Management Practices, Humanities and Social Sciences*, 58-74.
- Sejati, S. W. (2024). Viral Marketing dan Keputusan Pembelian Konsumen: Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pijar: Studi Manajemen dan Bisnis*, 1-14.
- Siagian, A. O. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 206-217.
- Siti Romelah¹, D. U. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-20.
- Sri Marini *, L. R. (2021). Title: Promotion Mix Implementation In Accommodation Businesses. *In The Pandemic Time Covid-19*, 14-24.
- Steven Leonard¹), A. T. (2023). PENGARUH METODE PEMBAYARAN TRANSFER BANK, SHOPEE PAY, SHOPEE PAYLATER, CASH ON DELIVERY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM APLIKASI SHOPEE. *Jurnal Digismantech*, 2798-1819.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi¹), N. A. (2024). ANALISIS PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (SURVEI PADA KS GROUP INDONESIA DI CABANG JAKARTA. *Jurnal INTEKNA*, 2443-1060 .
- Tia Rismaya¹, U. B. (2021). ANALISIS MENGENAI PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN

TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE DITINJAU DARI
SUDUT PANDANG SYARIAH. *Sahid Business Journal*, 49-60.

- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian Edisi Terbaru*. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (Yogyakarta): Andi Publisher/Andi Offset.
- Trifena Revangelista Mambu, J. R. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 79-84.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Sleman, DI Yogyakarta: Multi Pustaka Utama.
- Völckner, F. (2007). The dual role of price: decomposing consumers' reactions to price. *J. of the Acad. Mark. Sci.*, 359-377.
- Wahyu Praditya Putra Labade1, A. U. (2024). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *JEMAI: Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 14-20.
- Yamit, Z. (2013). *Manajemen kualitas produk dan jasa (Cet. 6)*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yanti, I. (2023). Praktik Jual Beli Akun Spotify Premium Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif. *JOURNAL OF ISLAMIC BUSINESS LAW*, 1-2.
- Zulstra*, J. D. (2025). The Effect of Digital Marketing Strategy, Price, and Product Quality on Sales Performance: Evidence from Rendang Cipiuk GG SMEs in Indonesia. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 1-12.