

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. J. C. dan Sunarti, S., 2018. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), Pp. 45-51.
- Amron, A., 2018. The Influence Of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, And Price On The Consumer's Buying Decision Of Mpv Cars. *European Scientific Journal M*, 14(13), Pp. 228-239.
- Arif, M. E., 2019. The Influence Of Electronic Word Of Mouth (Ewom), Brand Image, And Price On Re-Purchase Intention Of Airline Customers. *Journal Of Apllied Management*, 17(2), Pp. 345-356.
- Armstrong, G. dan Kotler, P., 2016. *Marketing An Introduction*. 15th Ed. Usa: Pearson Education.
- Bahi, P. D., 2020. The Impact Of E-WOM And Advertising On Purchase Decision Si.Se.Sa Syar'i Clothes With Brand Awareness As An Intervening Variables. *International Journal Of Business, Economics And Law*, 23 November, 23(1), Pp. 259-260.
- Baktikominfo, 2019. *Pengertian Streaming Serta Jenis Dan Penerapannya*. [Online]
Available At:
<https://www.baktikominfo.id/id/informasi/pengetahuan/pengertian-streaming-serta-jenis-dan-penerapannya-1065>
[Accessed 13 September 2021].
- Carlson, J., Rahman, M., R. Voola dan N. De Vries, 2018. Customer Engagement Behaviours In Social Media : Capturing Innovation Opportunities. *Journal Of Services Marketing*.
- Darojat, T. A., 2020. Effect Of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. *Journal Of Management Science (Jmas)*, 3(2), Pp. 51-57.
- Davidson, W. R., Joe dan Buniha, 2010. *Retailing Management*. 6th Ed. New York: John Willey dan Sons.
- Davis, G. B., 2002. *Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar. Seri Manajemen No. 90-A*. 12 Ed. Jakarta: Pt Pustaka Binawan Pressindo.
- Diputra, I. G. A. W. dan Yasa, N. N., 2021. The Influence Of Product Quality, Brand Image, Brand Trust On Customer Satisfaction And Loyalty. *American International Journal Of Business Management*, 4(1), Pp. 25-34.

- Evandio, A., 2021. *Genflix Sebut Pelanggan Aktif Terus Tumbuh Hingga 22 Persen*. [Online] Available At: <https://Teknologi.Bisnis.Com/Read/20210712/266/1416828/Genflix-Sebut-Pelanggan-Aktif-Terus-Tumbuh-Hingga-22-Persen> [Accessed 15 November 2021].
- Febriyanto, H., 2021. *Konsumen Ri Paling Banyak Akses Platform Ott Selama Pandemi*. [Online] Available At: <https://Ekbis.Sindonews.Com/Read/370298/34/Konsumen-Ri-Paling-Banyak-Akses-Platform-Ott-Selama-Pandemi-1616169809> [Accessed 14 September 2021].
- Ferdinand, A., 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. 5 Ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A., 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. 5 Ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Forlap Dikti, 2020. *Jumlah Mahasiswa Universitas Di Indonesia*, Jakarta: Forlap Dikti.
- Genflix, 2021. *Genflix – Best Place For Movies*. [Online] Available At: <https://M.Genflix.Co.Id/About> [Accessed 13 Oktober 2021].
- Hair, J. A., R., T. R. dan Black, W., 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hamidah, L. L., Oktaviani, M. dan Nurhajati, L., 2021. The Effect Of Instagram's E-WOM On Netflix's Brand Image And Subscription Decision. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), Pp. 167-179.
- Hamyat, H., Suharlihan dan Sutini, 2017. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek New Era (Studi Pada Toko Sepatu Berkatmandonga). Pp. 1-13.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P. W. G. dan Gremler, D. D., 2004. Electronic Word-Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Themselves On The Internet? *Journal Of Interactive Marketing*. 18(1), Pp. 38-52.
- Indrawati dan Haryoto, K., 2015. Modified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 To Predict Prospective Users' Intention In Adopting Tv Streaming.. *Proceedings Of The 5th International Conference On Computing And Informatics*, Pp. 206-215.

- Jenita, N. S. dan Sunaryo, 2021. Pengaruh Lifestyle, Electronic Word Of Mouth, Dan Brand Image Terhadap Willingness To Subscribe Pada Layanan Over The Top Netflix (Studi Pada Pengguna Netflix). *Jurnal Feb Unibraw*, Pp. 1-14.
- Kartika, A. W. dan Ruthnia, F., 2018. Studi Korelasi Antara Kualitas Konten, Daya Tarik Konten Dan Terpaan Tayangan Video Blog Pada Akun Beauty Blogger Abel Cantika Di Youtube Dengan Perilaku Imitasi Siswi Di Smk Negeri 4 Surakarta. *Jurnal Fisip Uns*, Pp. 1-20.
- Kerlinger, F., 2006. *"Azas-Azas Penelitian Behavioral"*. (Terjemahan Drs Landung R Simatupang). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Press.
- Kotler, P. dan Kotler, K. L., 2016. *Marketing Management*. 15 Ed. Usa: Pearson.
- Kurnianto, W. M., Rosalina, S. S. dan Nurminingsih, 2019. Effect Of Marketing Mix And Product Quality On Purchase Decision To The Spesial Sb Packaging Beef Meatball Through Brand Image And Purchase Intention. *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, 6(2), Pp. 86-96.
- Lestari, E. D. dan Soesanto, O. R. C., 2020. Predicting Factors That Influence Attitude To Use And Its Implications On Continuance Intention To Use Svod: Study On Netflix Users Of Indonesia. *Derema (Development Of Research Management)*, 28 December, 15(2), Pp. 183-208.
- Lidwina, A. dan Ridhoi, M. A., 2021. *Efek Pandemi, Total Pelanggan Netflix Tembus 200 Juta*. [Online] Available At: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/01/22/Efek-Pandemi-Total-Pelanggan-Netflix-Tembus-200-Juta> [Accessed 12 Agustus 2021].
- Lin, C. W. Y.-S. dan Chen, J.-C. V., 2013. Electronic Word Of Mouth: The Moderating Roles Of Products Involvement And Brand Image. *Technology Innovation And Industrial Managemen.*, 1(2), Pp. 29-47.
- Lippipress, 2021. *Salah Satu Layanan Streaming On-Demand Atau Ott Yang Sukses Di Pasaran Global Ialah Netflix. Artikel Yang Dilansir Dari Sasana Digital (2020) Menjelaskan Melalui Akses Digital Via Gadget Dan Pembayaran Bulanan (Subscribing) Konsumen Sudah Dapat Menikmati*. [Online] Available At: <https://Lipipress.Lipi.Go.Id/Detailpost/Sirkulasi-Film-Platform-Streaming-Di-Indonesia> [Accessed 16 Oktober 2021].
- Lubis, D. I. D. dan Rahmat, 2017. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skeolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1).

- Mnc Media, 2021. *Tembus Semua Segmen Penonton, Vision+ Hadir Dengan Android Box Vision+ Tv.* [Online] Available At: <https://Lifestyle.Sindonews.Com/Read/615589/166/Tembus-Semua-Segmen-Penonton-Vision-Hadir-Dengan-Android-Box-Vision-Tv-1638353566> [Accessed 2 Desember 2021].
- Muhammadiyah, A. H., Nugroho, W. B. dan Kamajaya, G., 2020. Personalisasi Media Netflix Dalam Kehidupan Remaja Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Udayana*, 19 Oktober. Pp. 1-14.
- Nair, A., Auerbach, G. dan Skerlos, S. J., 2019. Environmental Impacts Of Shifting From Movie Disc Media To Movie Streaming: Case Study. *Procedia Cirp*, 7 February, Volume 80, Pp. 393-398.
- Nurfadilah, P. S. dan Djumena, E., 2018. *Netflix Dan Youtube Kuasai 70 Persen Penonton Remaja.* [Online] Available At: <https://Ekonomi.Kompas.Com/Read/2018/10/23/130800626/Netflix-Dan-Youtube-Kuasai-70-Persen-Penonton-Remaja> [Accessed 15 Oktober 2021].
- Pentury, L. V., Sugianto, M. dan Remiasa, M., 2019. Pengaruh *E-WOM* Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Pada Hotel Bintang Tiga Di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), Pp. 26-35.
- Prastio, A. dan Rodhiah, 2021. Pengaruh Perceived Quality, Social Influence Dan Perceived Price Terhadap Purchase Intention Brodo. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), Pp. 580-590.
- Prawira, E. Y. dan Sukardi, 2019. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Masyarakat Kota Yogyakarta. *Jurnal Fokus*, 7 Februari, 9(1), Pp. 64-75.
- Putri, A. R. F. dan Paksi, A. K., 2021. The Strategy Of Netflix To Dominate The Entertainment Media Market In Indonesia 2016-2021. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), Pp. 110-134.
- Ramalan, S., 2020. <https://Www.Inews.Id/Finance/Bisnis/Fenomenal-Audience-Share-Ikatan-Cinta-Tembus-425-Rcti-Dan-Streaming-Rcti-Vision-Kian-Dicintai>. [Online] Available At: <https://Www.Inews.Id/Finance/Bisnis/Fenomenal-Audience-Share-Ikatan-Cinta-Tembus-425-Rcti-Dan-Streaming-Rcti-Vision-Kian-Dicintai> [Accessed 19 September 2021].
- Riandi, A. P. dan Pangerang, A. M. K., 2021. *Kembangkan Ekosistem Perfilman, Genflix Hadirkan Banyak Original Series Baru Untuk 2022.* [Online]

Available At:
<https://www.kompas.com/hype/read/2021/12/14/201858766/Kembangan-Ekosistem-Perfilman-Genflix-Hadirkan-Banyak-Original-Series-Baru>
 [Accessed 12 Desember 2021].

Riduansah, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Samarinda). *Jurnal Penelitian Inossa*, 23 November, 2(2), Pp. 71-79.

Riyanto, G. P. dan Yusuf, O., 2021. *5 Besar Vendor Smartphone Di Indonesia Kuartal-Ii 2021*. [Online] Available At: <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/30/07050057/5-Besar-Vendor-Smartphone-Di-Indonesia-Kuartal-Ii-2021?Page=All> [Accessed 15 Oktober 2021].

Ruhamak, M. D. dan Rahmadi, A. N., 2019. Pengaruh *E-WOM*, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), Pp. 233-246.

Sari, F. P. dan Yuniati, T., 2016. Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ment,. *Jurnal Ilmu Dan Penelitian Manajemen*, January, 5(6), Pp. 1-5.

Sasana Digital, 2020. *5 Contoh Perusahaan Yang Sukses Menerapkan Transformasi Digital*. [Online] Available At: <https://sasanadigital.com/5-Contoh-Perusahaan-Yang-Sukses-Menerapkan-Transformasi-Digital/> [Accessed 28 September 2021].

Schiffman, L. dan Kanuk, L., 2015. *Consumer Behaviour*. 11th Ed. Global: Edition.

Setra, G. P. Y. dan Puspitasari, R., 2021. Keputusan Berlangganan Aplikasi Konferensi Video: Analisis Pengetahuan Konsumen Dan Getok Tular Elektronik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), Pp. 99-114.

Soemali, R. N. dan Dharmayanti, D., 2015. Pengaruh Product Innovation, Product Quality Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Competitive Advantage Sebagai Variabel Intervening Di Pt. Wijaya Indonesia Makmur Bicycle Industries Gresik. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Pp. 1-5.

Sekaran Uma, 2003. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York: John Wiley & Sons, Inc. 4th ed.

- Sutisna, S. M., 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Wareza, M., 2021. *Netflix Vs 'Netflixnya Indonesia', Siapa Pelanggan Terbanyak?*. [Online] Available At: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210412073819-17-237000/netflix-vs-netflixnya-indonesia-siapa-pelanggan-terbanyak> [Accessed 11 Oktober 2021].
- Widyawati, D. D. dan Rohman, F., 2017. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Pada Produk Starbucks Instagram Di Kota Malang). *Jurnal Manajemen Unibraw*, Pp. 1-16.
- Wijaya, T. dan Paramita, E. L., 2014. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Tehradap Keputusan Pembelian Kamera Dslr. *Sancall*, Pp. 12-19.
- Yusra, Y., 2021. *Kekuatan Konten Original Dan Olahraga Dukung Pertumbuhan Vidio*. [Online] Available At: <https://dailysocial.id/post/konten-original-olahraga-pertumbuhan-vidio-emtek> [Accessed 16 Oktober 2021].