

DAFTAR REFERENSI

- Ardians Permadi. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Layanan Streaming Netflix*. 2507(February), 1–9.
- Armstrong, K., & Kotler, P. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Erlangga. Jakarta.
- ATMOKO, B. D. (2020). *No Title7 Fakta Mola TV, Platform Streaming Premium Besutan Djarum Group*. <https://gizmologi.id/insight/fakta-mola-tv/>
- Chayana, P. R. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa “house Of Balloon” Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen*. 13(2), 131–150.
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: A note of caution. *MIS Quarterly*, 237–246.
- Cockrill, A., & Goode, M. M. H. (2010). Perceived price fairness and price decay in the DVD market. *Journal of Product & Brand Management*.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- FORSATER.com. (2019). *beIN Sports Tidak Lagi Siarkan Liga Inggris*.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, cetakan kedua*. Yogyakarta: Caps.
- Lee, S., Illia, A., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived price fairness of dynamic pricing. *Industrial Management & Data Systems*.
- MolaTV. (2018). Mola TV Product Knowledge. *Welding Distributor*, 32(1), 80–82.
- Nugraha, A. C. (2012). *Mahir Sepakbola*. Nuansa Cendekia.
- PanditFootball. (2019). *Kenapa Hak Siar Liga Inggris Mahal?* <https://www.panditfootball.com/cerita/212896/RDK/190824/kenapa-hak-siar-liga-inggris-mahal>
- Patty, R. (2014). *Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Pengambilan*

- Keputusan Pembelian Pada Online Shop Grifabell. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2).
- Perdana, A. S. (2019). Pengaruh Kemudahan Pengguna Aplikasi, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen, dan Promosi di Situs Jual Beli Online Shopee. *Psikologi Perkembangan*, 155.
- Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Jurnal Agora*, 7(1), 287015.
- Rahman, Y. K. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Vidio Dalam Meningkatkan Minat Beli Akun Premier*.
- Rifaldi, M. R. (2020). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI NETFLIX*. 14216454.
- Riyantama, R. (2019). *Akibat Streaming Ilegal, Liga Primer Inggris Rugi Rp 6,6 triliun*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Schiffman, L. G., Hansen, H., & Kanuk, L. L. (2008). Consumer behavior: a global outlook. *Edinburgh: Pearson Education*. *Vitattu*, 16, 2013.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- SUGIYANTO, A. (1390). *Jurnal Penelitian, Pengembangan Ilmu Manajemen dan Akuntansi STIE Putra Perdana Indonesia*. 19(April 2019), 8 شماره; ص 99-117.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *CV. Alfabeta, Bandung*.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukeri, M. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Tjahjono, A. (2013). Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi

Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–9.

Winardi, F. D. J. (2020). *ANALISIS IMPLEMENTASI VALUE ADOPTION MODEL TERHADAP PURCHASE INTENTION MOLA POLYTRON STREAMING DEVICE*. <https://kc.umn.ac.id/>

Yuhefizar, M. (2012). Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla Edisi Revisi. *Jakarta: PT Elex Media Komputindo*, 2–4.