

DAFTAR REFERENSI

- Azalia, D., W. dan Magnadi, R., H. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Layanan Videon on Demand (Studi pada Pengguna Netflix). *Jurnal Manajemen*, 9 (12), 1-12. Diambil dari: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Infokam*, 15 (2), 117-123. <https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>.
- Dyanasari dan Harwiki, Wiwiek. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Fernanda, M., R. dan Hasbi, I. (2021). Determinan Faktor Pembentuk Preferensi Konsumen pada Pengguna Disney+ Hotstar di Indonesia (Studi pada Pengguna Disney+ Hotstar di Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 8 (4), 3378-3386. Diambil dari: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15327>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Gupta, G. dan Singharia, K. (2021). Consumption of OTT Media Streaming in COVID-19 Lockdown: Insights from PLS Analysis. *Jurnal Bisnis Perspektif*, 25 (1), 36-46. <https://doi.org/10.1177/0972262921989118>.
- Gutzeit, J., Dorsch, I., & Stock, W., G. (2021). Information Behavior on Video on Demand Services: User Motives and Their Selection Criteria for Content. *Jurnal Informasi*, 12 (173), 2-10. <https://doi.org/10.3390/info12040173>.
- Hasan. V., A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness To Subscribe: Telaah pada Layanan Video on Demand Netflix. *Jurnal Manajemen*, 9 (1), 22-38. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v9i1.595>.
- Huang, Y., Lv, Z., & Sui, Z. (2021). Where Should Existing Video Streaming Platform Improve: A Comparative Analysis of Netflix and iQiyi. *Jurnal Sains dan Edukasi*, 586, 585-592. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211020.221>
- Jenita, S., N. (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 Ekonomi dan Bisnis*, 1-14. Diambil dari: <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/188050/>.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management, 16th edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2016). *Principles of Marketing, 16th Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Malhotra, N., K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation, 6th Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Mumpuni, R., A, Amaliyah, A., Noor, F., Laksmiwati, I., & Lukitawati, L. (2021). Understanding The Intention of Generation Z on Netflix and VIU Streaming Services. *Jurnal Manajemen*, 5 (2), 145-162. Diambil dari: <http://jurnal.unpad.ac.id/protvf>.
- Nabila, Marsya (2020, 14 Mei). Terpopuler Selama Pandemi. Diambil dari: <https://dailysocial.id/post/menengok-sederet-aplikasi-hiburan-selama-pandemi>. Diakses: 05 April 2022.
- Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia (2020, 9 November). Diambil dari: <http://apji.or.id/survei>. Diakses: 24 Maret 2022.
- Putri, N. E. dan Iskandar, D. (2014). Analisis Preferensi Konsumen dalam Penggunaan Social Messenger di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus: Line, Kakaotalk, WeChat, Whatsapp). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14 (2), 116. Diambil dari: <http://journals.telkomuniversity.ac.id>
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Elix Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Sarwono, Jonathan (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Jakarta: C.V Andi Offset.
- Song, Minzheong. (2021). A Comparative Study on Over-The-Tops, Netflix & Amazon Prime Video: Based on the Success Factors of Innovation. *International Journal of Advanced Smart Convergence*, 10 (1), 62-47. <http://dx.doi.org/10.7236/IJASC.10.1.62>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Terjadi Pergeseran Penggunaan Internet Selama Masa Pandemi (2020, 24 April). Diambil dari: https://www.kominfo.go.id/content/detail/26060/terjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi/0/berita_satker. Diakses: 02 April 2022

Widiarini, Anissa Dea. (2018, 23 September). Lebih dari Menghibur, Ini Dia Manfaat Positif Menonton Film. Diambil dari: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/10/23/110406120/lebih-dari-menghibur-ini-dia-manfaat-positif-film>. Diakses: 20 Juni 2022

Wijaya, Rendy (2021, 29 Juli). Streaming Platforms: Long Road to Profitability. Diambil dari: https://chart.post-pro.co.id/pdf/Streaming_Platforms_Long_road_to_p.pdf. Diakses: 20 Mei 2022.