

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Al-ghifari, M. R., Ekonomi, F., & Padjadjaran, U. (2025). *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting Pengaruh Social Media Marketing Activities Instagram Terhadap Purchase Intention Layanan Subscription Video On-Demand (SVOD) Netflix Melalui Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi*. 2(1), 10–23.
- Apriyanti, H., & Terenggana, C. A. (2024). *Pengaruh Lifestyle dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Netflix pada Generasi Z Produk Konten Berbayar Dengan Presentase Pengguna Internet Tertinggi*. 8(1), 48–59. <https://doi.org/10.32493/frkm.v8i1.45129>
- Attor, C., Jibril, A. B., & Chovancova, M. (2022). Does brand personality mediate the link between social media usage and customer buying decisions on telecommunication's products and services? Evidence from Ghana. *Innovative Marketing*, 18(3), 84–98. [https://doi.org/10.21511/im.18\(3\).2022.08](https://doi.org/10.21511/im.18(3).2022.08)
- Azalia, D. W., & Magnadi, R. H. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada layanan video on demand (studi pada pengguna Netflix). *Diponegoro Journal of Management*, 9(2), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Allamah, N. N., Nadhiroh, U., & Jatmiko, U. (2024). PENGARUH EFEK KOMUNITAS, KUALITAS PRODUK, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP BRAND AWARENESS PADA NARSS MAKE-UP ARTIST TULUNGAGUNG. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(6), 103–113.
- Azizah, B. R. K., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Social Influence Terhadap Intention To Use Layanan Video On Demand (Studi Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Kota Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*
- Baiyere, A. (2021). *An Analysis of Choice Overload Effects on the User Experience of Subscription-based Streaming Services*. 131134.
- Budi Santosa, A., & Rianto, Y. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gphoto. *Economicus*, 15(1), 79–89. <https://doi.org/10.47860/economicus.v15i1.231>
- Budiarti, A. T., Wahyudi, F., & Ratnasari, N. (2022). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Gojek Menggunakan

- UX Honeycomb. *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika (JUSIFOR)*, 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.33379/jusifor.v1i2.1634>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. *Nasional*, 5(2).
- Choirul, E., Majid, A., & Susanta Nugraha, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome Di Kota Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1066.
- Darsanto, & Kaiman Maulidani, M. (2023). Analisis User Experience Aplikasi Regsosek Pada Badan Pusat Statistik Indramayu Menggunakan Metode User Experience Questionnaire. *Nuansa Informatika*, 17(2), 1–9. <https://doi.org/10.25134/ilkom.v17i2.8>
- Efnita, T. (2017). Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada. *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 172–180.
- Eryc, E., Wildani, L. N., Raihan, R., Sibarani, T. P., & Jhohari, J. (2024). Analisis Penerapan Teknologi Manajemen Informasi di Netflix Global: Optimalisasi Pengalaman Pengguna dan Efisiensi Operasional. *AMANA MENGABDI*, 1(1), 102–111.
- Fadilah, S. R. (2022). User Experience Impact Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Generasi Milenial Pada Aplikasi Streaming Netflix. *Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan*. <https://repository-feb.unpak.ac.id/xmlui/handle/123456789/6302>
- Fahmi, R. U., Zahran, A. G., & Suwandi, S. P. (2023). Analisis User Experience Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Spotify Dengan Metode Utaut. *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, 4(1), 154–169. <https://doi.org/10.46576/djtechno.v4i1.3334>
- Gede, I. K., Hosea, E., Ratnaningsih, R., & Hendriana, T. I. (2023). *Metodologi Penelitian Manajemen Bisnis* (Issue March). <https://www.researchgate.net/publication/365038890>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi-Analisis-Multivariate-Imam-Ghozali_Compress.Pdf*.
- Gultom, M. D., Adlina, H., & Siregar, O. M. (2022). the Influence of Electronic Word of Mouth and Brand Image on the Purchase Decision of Video on Demand Netflix Subscription. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business (Jhssb)*, 2(1), 122–127. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v2i1.389>
- Gultom, M. D., Adlina, H., & Siregar, O. M. (2023). The Influence of Electronic

Word of Mouth and Brand Image on The Purchase Decision of Video on Demand Netflix Subscription. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 2(1), 16–22. <https://doi.org/10.32734/jba.v2i1.9292>

Gunelius, S. (2011). Content marketing for dummies. John Wiley & Sons.

Gusfi, D. A., Widodo, A., Dewi, C. K., Rubiyanti, N., & Silvianita, A. (2024). Pengaruh User experience Terhadap Customer Satisfaction dengan E-service quality Sebagai Mediator pada Blibli: A Conceptual Paper. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(2), 2011–2023. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.843>

Hamidah, L. L., Oktaviani, M., & Nurhajati, L. (2021). The Effect of Instagram's E-WOM on Netflix's Brand Image and Subscription Decision. *Jurnal Audience*, 4(02), 167–179. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i2.4745>

Herdayani, Y. (2022). Pengaruh Harga Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Netflix. *E-Proceeding of Management*, 10(2), 18.

Hidayatullah, S., Kusumaningtyas, R., & Aziati, Y. (2019). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna. *Applied Information Systems and Management (AISM)*, 2(2), 77–80.

Hutabarat, M., & Harsono, L. D. (2014). Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial Path Di Kota Bandung Pada Tahun 2014. *eProceedings of Management*, 1(3).

Inayah, A. N. W., & Pekerti, V. S. (2024). KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DIGITAL OLEH GENERASI Z: PERSPEKTIF DALAM KONTEKS APLIKASI SUBSCRIPTION VIDEO ON DEMAND (SVOD). *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 16(1), 204–217.

Indiani, N. L. P. (2022). Peran Lokasi, Variasi Produk, Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2), 158–165. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i2.3450>

Iskandar, M., Saidani, B., & Aditya, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan User Experience Terhadap Keputusan Penggunaan Gojek Melalui Brand Image. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(2), 444–452. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0402.10>

Islami, J. Al, & Suyatno, F. (2023). Analisa Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berkelanjutan dalam Penggunaan Layanan Subscription Video on Demand Menggunakan Metode UTAUT2 dan ECM. *JEISBI: Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 4(4), 120–128.

Jaya, M., & Zahara, R. (2022). HIBURAN MEDIA (TEORI TEORI UNIVERSAL

HIBURAN MEDIA, HIBURAN SEBAGAI MESIN EMOSI, HIBURAN SEBAGAI KOMUNIKASI, TEORI HIBURAN INTERAKSI). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 2(1), 71-87.), 4(4), 3678-3691.

- Johannes, J., Amero, N. B., & Hutagaol, M. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Loyalty Pengguna Layanan Netflix Di Indonesia*. 6(1), 256–272.
- Jumarodin, J., Sutanto, A., & Adhilla, F. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu Di Umy. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 102–119. <https://doi.org/10.18196/mb.10171>
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing* (pp. 205-224). Edward Elgar Publishing.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business research*, 65(10), 1480-1486.
- Khuntari, D. (2022). Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan User Experience Questionnaire. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8(1), 275–286. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4499>
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Konser, T., Athallah, M. A., & Kamal, I. (2024). *Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pembelian*. 2, 1–12.
- Konsumen, K., Mediasi, S., Sosial, A., Pada, P., & Video, P. (2024). *Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Antara Sosial Media Marketing dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Prime Video Indonesia*. 6.
- Kurniawati, E., & Indah Ratnasari, C. (2023). Pengujian Pengalaman Pengguna (User Experience) Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ): Studi Kasus Pada Website Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. *Journal Portal - Universitas Islam Indonesia*, 4, 63–72. www.fit.uui.ac.id.
- Lancaster, K. J. (1976). *A New Approach to Consumer Theory*. 106–107. https://doi.org/10.1007/978-3-642-51565-1_34
- Lesmana, J., & Andy. (2022). Pengaruh Harga , Variasi , & Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shopee (Studi Kasus Di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–13.

- Lewis, J. S. J. R. (2012). Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research by Jeff Sauro and James R. Lewis. In *DL.Acm.Org* (Vol. 38, Issue 1). https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/2413038.2413056?casa_token=eJqR7mWbspIAAAAA:0BnizGhclY138Ux7Hyq2hD6C6bXKvzDNVqDPG0aCfDgvjHOIzzGvdHxvw58ASuMbcALm4xxE3Bcg
- Londong, J. P., Paridi, A., & Patandean, E. H. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Advertising Terhadap Keputusan Berlangganan Spotify Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kristen Indonesia Paulus. *Journal of Marketing Management and Innovative Business Review*, 01(1), 1–8. <https://ojsapaji.org/index.php/mariobre/article/view/168>
- Magister, T. (2021). *Analisis Dampak Kelebihan Pilihan terhadap Pengalaman Pengguna Layanan Streaming Berbasis Langganan Machine Translated by Google Abstrak*. 131134.
- Martins, M. A. J., & Riyanto, S. (2020). The Effect of User Experience on Customer Satisfaction on Netflix Streaming Services in Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(7), 573–577. <https://doi.org/10.38124/ijisrt20jul545>
- Mayasari, R., Karawang, U. S., Heryana, N., & Karawang, U. S. (2024). *Konsep dan Teori Perangkat Lunak* (Issue February).
- Meirandari, A. B., Nastiti, H., Dwi, B., Upn, Y., & Jakarta, V. (2024). Analisis Keputusan Berlangganan Aplikasi Netflix Di Area Jabodetabek. *Jurnal: IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(No. 2), 51–63. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2>
- Morville, P., & Callender, J. (2010). Search patterns: design for discovery. "O'Reilly Media, Inc."
- Muhammad Daffa Rahmandika. (2022). *Pengalaman Pelanggan , Ulasan Pelanggan Keputusan Pembelian Ulang*. 01(1), 1–12.
- Musthafa, S. D., & Lukiarti, M. M. (2024). Efek Elektronik Word Of Mouth, Citra Merek Serta Content Richness yang Berdampak pada Subscription Decision Netflix. *Serat Acitya*, 13(1), 1–11. <https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1262>
- Normah, Rifai, B., Vambudi, S., & Maulana, R. (2022). Analisa Sentimen Perkembangan Vtuber Dengan Metode Support Vector Machine Berbasis SMOTE. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 8(2), 174–180. <https://doi.org/10.31294/jtk.v4i2>
- Nurchahyo, A. (2018). Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. *Relevance: Journal of Management and*

- Business*, 1(1), 15–34. <https://doi.org/10.22515/relevance.v1i1.1270>
- Nurrahman, I., & Utama, D. H. (2016). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 56–65.
- Nurtsani, N., & Sarvia, E. (2022). Perancangan dan Analisis User Interface/User Experience Online Store dengan Menggunakan Pendekatan Ergonomi (Studi Kasus: Wods). *Journal of Integrated System*, 5(1), 27–48. <https://doi.org/10.28932/jis.v5i1.4476>
- Oktafianna, H., Studi, P., Manajemen, M., & Bakrie, U. (2024). Catalysts of Video-on-Demand Service Purchase Decisions : Evaluating the Impact of E-Service Quality and User Experience Among Netflix Users in East. *Liquidity*, 13(1), 14–27.
- Palomba, A. (2020). Do SVOD product attribute trade-offs predict SVOD subscriptions and SVOD account access? Using utility constant sums to predict SVOD subscriptions and SVOD account access. *JMM International Journal on Media Management*, 22(3–4), 168–190. <https://doi.org/10.1080/14241277.2021.1920023>
- Pratiwi, A. R. E., & Hasanah, Y. N. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 36–44. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/441/279>
- Putri, E. K. W., & Nugroho, D. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Consumer Continuation Intention Layanan Subscription Video-On-Demand Dengan Pendekatan Uses & Gratifications Theory. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(2), 331–342. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.2.08>
- Putri, T., Guntara, R. G., & Prehanto, A. (2024). The Influence of User Experience on Decisions PLN Mobile User Purchases. *Journal of Investment Development, Economics and Accounting*, 1(2), 230–242. *Innovative Business Review*, 1(1), 1–8.
- Putri, M. F., & Razi A, M. (2022). The Benefits of Gamification on User Experience: A Systematic Literature Review. *Jurnal Sains Dan Teknologi (JSIT)*, 2(2), 167–173. <https://doi.org/10.47233/jsit.v2i3.353>
- Rahmawati, S., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Subscription Video On-Demand (SVOD) Netflix. *Interaksi Online*, 11(1), 1–21. <https://www.fisip.undip.ac.id>

- Raharjo, S. (2017). Pengaruh User Experience Terhadap Behavior Intention to Use Digital Music Streaming Services dengan Attitude Toward Behavior Sebagai Media Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Ramadhan, H. A., Purwaamijaya, B. M., & Guntara, R. G. (2023). Pengaruh User Experience terhadap Customer Satisfaction pada Aplikasi Seluler Streaming Vidio. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 5(2), 122–133. <https://doi.org/10.35746/jtim.v5i2.367>
- Ray, S., Das, J., Pande, R., & Nithya, A. (2024). *Swati Ray 1 , Joyati Das 2* , Ranjana Pande 3 , and A. Nithya 2*. 12(September 2020), 195–222. <https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>
- Redondo, I., & Serrano, D. (2024). Authorized and Unauthorized Consumption of SVOD Content: Modeling Determinants of Demand and Measuring Effects of Enforcing Access Control. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(1), 467–485. <https://doi.org/10.3390/jtaer19010025>
- Reuvers, H. (2003). 11027. *The American Mathematical Monthly*, 110(7), 636. <https://doi.org/10.2307/3647751>
- Refawanti, R. (2023). Pengaruh Harga Bundling Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berlangganan Pada Layanan Subscription Video On Demand (Svod) Disney+ Hotstar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pertamina).
- Risanti, C., Suryanto, T. L. M., & Pratama, A. (2022). Analisis Faktor Keputusan Berlangganan pada Subscription Video on Demand Menggunakan Metode UTAUT2. *Jutisi : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 11(3), 525. <https://doi.org/10.35889/jutisi.v11i3.914>
- Risma, P., Verinita, V., & Alfitman, A. (2024). Pengaruh Customer Experience dan E-service Quality pada Online re-purchase Intention melalui Customer Satisfaction. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(3), 416-429.
- Rodden, K., Hutchinson, H., & Fu, X. (2010, April). Measuring the user experience on a large scale: user-centered metrics for web applications. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp. 2395-2398).
- Schaffner, B., Stefanescu, A., Campili, O., & Chetty, M. (2023). Don't Let Netflix Drive the Bus: User's Sense of Agency Over Time and Content Choice on Netflix. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 7(CSCW1), 1–32. <https://doi.org/10.1145/3579604>
- Singh, H., Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management. Essentials of Management for Healthcare Professionals*. <https://doi.org/>

- org/10.4324/9781315099200-17. Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Philip Kotler. Astromax Entertainment.
- Sitanggang, P. S. (2022). Strategi Pemasaran Global terhadap Netflix. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(9), 3026–3035.
- Subkhan, F., & Barrygian, F. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 72–83. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.62101>
- Sulivyo, L. (2022). Hubungan Antara Layanan Video on Demand Netflix Dan Minat Berlangganan Mahasiswa. *Jurnal Cafetaria*, 3(2), 118–126. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v3i2.636>
- Utami, N. R., & Vildayanti, R. A. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Skincare Azarine di Dan+ Dan Pasar Jombang Ciputat Kota Tangerang Selatan. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3(6), 1289-1301.
- Wayne, M. L. (2018). Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals. *Media, Culture and Society*, 40(5), 725–741. <https://doi.org/10.1177/0163443717736118>
- Wayne, M. L., & Sienkiewicz, M. (2023). “We don’t aspire to be Netflix”: Understanding content acquisition practices among niche streaming services. *Television & New Media*, 24(3), 298-315.
- Wiryawan, M. B. (2011). User Experience (Ux) sebagai Bagian dari Pemikiran Desain dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual. *Humaniora*, 2(2), 1158. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3166>
- Yusuf, A. M., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Influence Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth (E-WOM) On Netflix Subscribe Package Purchase Decision (Study On Generation Z District Karawang) Pengaruh Pemasaran Digital Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Paket. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5839–5853. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Zarour, M. (2017). User Experience Aspects and Dimensions: Systematic Literature Review. *International Journal of Knowledge Engineering*, January, 52–59. <https://doi.org/10.18178/ijke.2017.3.2.087>

[Netflix Indonesia - Watch TV Shows Online, Watch Movies Online](#)

[Netflix: number of subscribers worldwide 2024| Statista](#)

[Jelang Akhir Tahun 2024, Penonton Netflix di Indonesia Lebih Suka Nonton Horor dan Komedi - GoodStats](#)

[Jumlah Pelanggan Layanan Streaming Indonesia Kian Meningkat - GoodStats Data](#)

[RISE by DailySocial | DailySocial Team | Substack](#)

[Netflix: Platform Nonton Film Online yang Kini Hadir di Indonesia - Teknologi Katadata.co.id](#)

