

DAFTAR PUSTAKA

- Adimasadewo, & Widiati, E. (2024). Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) Peran Harga dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang pada Kopi Khop Seuramoe.
- Ajzen, I. (2012). *The Theory of Planned Behavior. Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.N22>
- Ali, A., & Bhasin, J. (2019). *Understanding Customer Repurchase Intention in E-Commerce: Role of Perceived Price, Delivery Quality, and Perceived Value. Jindal Journal of Business Research*, 8(2), 142–157. <https://doi.org/10.1177/2278682119850275>
- Arifin, W. N., Muslimah Az-Zahra, H., & Prakoso, B. S. (2023). Analisis Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mandatory Pedulilindungi Berbasis Android menggunakan metode UX Curve (Vol. 7, Issue 3). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Asniati, A. A. M., & Fourqoniah, F. (2023). Pengaruh *User Interface* (UI) Dan *User Experience* (UX) terhadap Minat Beli Ulang Akun Netflix. *Jurnal Ilmu Sosial*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Apjii). (2024). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.
- Azahra, N., & Sharif, O. O. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap *Brand Attitude* dan *Purchase Intention* (Studi Kasus Twitter Netflix Indonesia) *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Attitude and Purchase Intention (Case Study Twitter Netflix Indonesia)*.
- D, Yanti. (2021). Analisis Faktor yang berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen Payout Ratio pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *TEKUN: Jurnal Telaah Akuntansi dan Bisnis*, Vol 5, No 2.
- Dalimunthe, P. A., & Suryani, W. (2024). Pengaruh *User Interface* dan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Pengguna ShopeeFood pada Masyarakat Kecamatan Medan Polonia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Dewantara, G. B. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust* sebagai Variabel Intervening pada Customer Grabfood di Kabupaten Semarang. *Repository Unissula*.

- Dhea Puspita, C., Devi Oktaviana, L., Galuh Candra Pertiwi, R., Aini Rakhmawati, N., Studi Sistem Informasi, P., & Sains dan Teknologi, F. (2021). Pemilihan Layanan Subscription *Video on Demand* (SVOD) menggunakan *Weighted Product* (WP). 7(2).
- Dian & Rusfian. (2013). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* (Studi pada Online Shop Gasoo Galore).
- Dyah Budiastuti, A. B. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS.
- Elizabet, H., & Nurhadi. (2024). Pengaruh *Perceived Quality* dan *User Experience* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Transportasi Online Indrive di Surabaya). *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*.
- Ernawati, E., Mulyana, M., & Morita, M. (2022). Tinjauan atas Penetapan Harga pada Surya Garden. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 61–66. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1355>
- Fadilah, S. R. (2022). *User Experience Impact* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Generasi Milenial pada Aplikasi Streaming Netflix. *Repository Feb Unpak*.
- Fahmi, M. U. (2024). Pengaruh *Service Quality* dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* yang dimediasi *Customer Satisfaction* (Studi Kasus pada Konsumen Superindo Cabang Meyjen Hs Muhammad Surabaya) Rismawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya.
- Fakaubun, U. F. K. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas di Malang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang). *Jimmu (Jurnal ilmu manajemen, 4.)*
- Febrian, S. (2024). Perbedaan UI Dan UX, Peran Penting dalam Pengalaman Pengguna – Nextdigital.
- Ferdian, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Xiaomi. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Feriano, D., Oktadini, N. R., Meiriza, A., Sevtiyuni, E., & Putra, P. (2023). Klik: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Analisis *User Experience* Aplikasi Disney+ Hotstar dengan Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire*

- (UEQ). *Media Online*, 4(3), 1641–1650.
<https://doi.org/10.30865/Klik.V4i3.1470>
- Francey, A. (2023). *Drivers of Dissatisfaction with An Open Government Data Portal: A Critical Incident Technique Approach* (Pp. 279–294).
https://doi.org/10.1007/978-3-031-41138-0_18
- Fransiskus, R., Nurbaiti Lubis, A., & Fadli. (2024). *Analysis of the Influence of User Experience and Product Quality on Repurchase Intention with User Satisfaction as An Intervening Variable Uniqlo App*.
- Girsang, R. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *Repository Uma*.
- Gumulya, D. (2023). Identifikasi Faktor *User Experience* Dari Konsep *Design for Happiness*. In *Jurnal Imagine* (Vol. 3, Issue 2). Online. <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/imagine>
- 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>
- Hadi, H. (2021). *Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Product Purchase Decision of PT Matahari Department Store at Arion Mall* (Case Study of Community in RT 011 / RW 014 Kelurahan Cipinang Besar Utara). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.
- Hadani, A. L. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Empiris Pada PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang). In *Jurnal Bisnis Strategi* (Vol. 17, Issue 2).
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
www.penerbitbukumurah.com
- Hawkins, D. I. ., & Mothersbaugh, D. L. . (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- Herdayani, Y., & Suyanto, A. (2023a). Pengaruh Harga Dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Netflix (Vol. 10, Issue 2).

- Herdiyani, Y., & Suyanto, A. (2023b). Pengaruh Harga dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Netflix (Vol. 10, Issue 2).
- Hidayah, F. N. (2023). 74,90% Masyarakat Indonesia Gunakan Internet untuk mendapatkan Informasi dan Berita - Goodstats Data (Data BPS).
- Ho, M. H.-W., & Chung, H. F. L. (2020). *Customer Engagement, Customer Equity and Repurchase Intention in Mobile Apps*. *Journal of Business Research*, 121, 13–21. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.046>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Eureka Media Aksara*.
- Indonesia Expat. (2024). *Just Watch Reports Indonesia's Streaming and SVOD Market Share in Q4 2023*.
- Ivantan, Purwanti, & Zakri, M. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan *E-Service Quality* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tokopedia di Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma Universitas Pamulang*, 4(Agustus), 472–484.
- Jauwena, C. (2023). Pengaruh *Perceived Quality* dan *Value* terhadap *Repurchase Intention* melalui Satisfaction Rosita Cookies. In *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 8, Issue 6).
- Jayani, D. H. (2020). Data Pelanggan Netflix di Indonesia – Databoks.
- Katubi. (2020). Analisis Gaya Hidup, Bintang Iklan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang pada Konsumen Online Shopee (Studi Kasus dilakukan pada Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(3), 203.
- Kurniawan, M. A., Beny, & Yani, H. (2024). Jurnal Informatika dan Rekayasa Komputer (Jakakom) Perancangan UI/UX Fitur *Free Trial* pada Aplikasi Netflix Dengan Metode *Design Thinking* Proyek Kampus Merdeka Mitra PT. Zona Edukasi Nusantara (Zenius). 4(1). <https://doi.org/10.33998/Jakakom.V4i1>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Electronic Word of Mouth* (E- Wom) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *Jubis*, 3.
- Maharsi. (2022). Niat Pembelian Ulang (*Repurchase Intention*) pada Aplikasi Sayurbox saat Pandemi Covid-19 dengan *Theory Planned Behavior* (TPB).

- Mahendri, W., & Azah, I. N. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Dana. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1). <https://doi.org/10.53363/Buss.V3i1.110>
- Mamakou, X. J., Zaharias, P., & Milesi, M. (2024). *Measuring Customer Satisfaction in Electronic Commerce: The Impact of E-Service Quality and User Experience*. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 41(3), 915–943. <https://doi.org/10.1108/Ijqr-07-2021-0215>
- Marliyanti, N. (2023). Pengaruh *Lifestyle*, *Brand Image*, dan Persepsi Harga, terhadap *Repurchase Intention* Kopi Ready to Drink (RTD) (Studi Kasus Konsumen Kopi Janji Jiwa Rita Supermall Purwokerto). *Repository Uinsaizu*, 162.
- Marsollina, N. P., Wulandari, N. L. A. A., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan Citra Koperasi terhadap Kepuasan Anggota Koperasi (Vol. 2, Issue 1).
- Marwanah, S., & Saggaf Shihab, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Kepuasan Terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(7), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Mediana, D. (2022). Keinginan Membeli Online: Sudut Pandang Pengalaman *Virtual Consumers* (Studi Kasus: Pelanggan Online Shop Tokopedia di Semarang). https://repository.unissula.ac.id/26810/2/Manajemen_30401511706_Fullpdf.pdf
- Muttaqin, M. I., Subekti, E., & Sidik, D. F. (2023). Pembuatan Desain UI/UX Website Sistem Reservasi Sarana dan Prasarana Menggunakan Aplikasi.
- Nabilanasywa, A., Kalyana Rajagukguk, N., Harahap, A. F., Daffa, M., & Khaira, I. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* melalui Media Tiktok terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Negeri Medan) (Vol. 3, Issue 2).
- Nasrulloh, A. F., & Firmansyah, F. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Price* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2).

- Nawang, I., Wulan Dewi S L., (2023). Pengaruh Harga, *Social Media Marketing*, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli Ulang Sunscreen Madam Gie di Tiktok Shop. *STIM YKPN Yogyakarta*.
- Nugraha, A. H. (2024). Analisis Perbandingan *User Experience* (UX) pada Aplikasi Netflix dengan Disney+ Hotstar Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Sains*, 2(2), 100–114. <https://doi.org/10.54066/Jptis.V2i2.1944>
- Panggabean, A. D. (2024). Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024 – Radio Republik Indonesia.
- Pramesti, A. B., & Budiatmo, A. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *E-Satisfaction* pada Pengguna Aplikasi Bukalapak di Jakarta. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Pramono, S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Bale Agung Pemalang. *Jurnal Akuntan Publik*, 1, 90–106.
- Pratama, F., Susanto, B., & Farida. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang memperoleh *Sustainability Reporting Award* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Asrrat Dan Sra Tahun 2015-2020). *Business And Economics Conference in Utilization of Modern Technology*.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Produk Naget Delicy. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2).
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rifqi Ashfa, M., & Ishak, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli dan Pembelian Sebenarnya Tokopedia (Vol. 02, Issue 05). <https://journal.uii.ac.id/selma/index>

- Rosida, S., Rosanti, E. D., & Hulu, J. K. (2022). Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Stie Unisadhuguna di PT. Tokopedia. *Journal Of Economics and Business Ubs*, 11(2), 2302–8025.
- Sari, L., & Tobing, R. P. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* D. *Journal of Educational And Language Research*, 147.
- Setyareni, A. A. (2024). Analisis Praktik Jual Beli Netflix *Sharing* Premium dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Perlindungan Konsumen. *Etheses Iainponorogo*.
- Suandi, V. A., Jaelani, E., & Kholid, M. (2022). Legalitas Penjualan Akun Netflix Premium Melalui *Black Market*. 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.15575/Vh.V4i1.26703>
- Subeni, M. D. A. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Fitur Layanan, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix. *Repository Uin-Suska*.
- Tangkuan, Y. S., Pongtuluran, A. K., & Pagiu, C. (2023). Pengaruh Cafe *Atmosphere*, *Customer Experience*, dan Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Cafe Wai Teman Minum Kamu Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 317–328. <https://doi.org/10.61132/Rimba.V2i1.549>
- Wiatna, R. A. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *E-Satisfaction* pada Pengguna Aplikasi *E-Grocery*. <https://journal.inspirasi.or.id/index.php/nomicpedia>
- Wulandari, S., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Transportasi Migo di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8.
- Yosua, R., & Sinambela, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Portobello Café Semarang). *E-Journal Undip*.
- 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 Berlangganan Netflix (Studi pada Generasi Z Kabupaten Karawang). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)

Yusuf, M. F., Pramana, E., & Setiawan, E. I. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Repurchase Intention pada E-Marketplace dengan menggunakan *Extended Expectation Confirmation Model* (ECM). *Teknika*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.34148/Teknika.V12i1.573>

