

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2022). KUALITAS PELAYANAN DAMPAKNYA TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN PEMBELI RUMAH (Studi pada PT BAND Makassar). *EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 17(1), 32–41.
- Anita Tobagus. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PADA PENGGUNA DI SITUS TOKOPEDIA Anita. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 6(1), 1–10.*
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Marketing: An Introduction* (Global). Pearson Education, Inc.
- Asniati, A. A. M., & Fourqoniah, F. (2023)asn Pengaruh User Interface (UI) dan User Experience (UX) Terhadap Minat Beli Ulang Akun Netflix. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(4), 1645–1658.
- Azhaar, F. N. (2022). Analisis E-Service Quality Dan User Experience Netflix Pada Generasi Z Selama Pandemi Covid-19. In *Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta*.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Profit*, 14(01), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- Chan, A., Maharani, M., & Tresna, P. W. (2017). Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Go-Jek Dan Grab (Studi Pada Konsumen Pt

Go-Jek Dan Pt Grab Indonesia Di Dki Jakarta). *AdBispreneur*, 2(2).

<https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13183>

Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 26–45. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.523>

Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management.

Jurnal Mirai Managemnt, 4(2), 122–136.

<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>

ELLIYANA, E. dkk. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran ELA ELLIYANA LIDIANA*

TRI SIWI AGUSTINA YENI SEDYONINGSIH HABIBIE KADIR

ABDUROHIM BAYU IMANUDDIN E. ELIA ARDYAN YULIANI LILI

MARLINAH H. MOHDARI H. GAZALI FEBRISI DWITA SISWATI

RACHMAN NIA KURNIATI BACHTIAR Penerbit: AHLIMEDIA PRESS

(Vol. 1). Ahlimedia Press. www.ahlimediapress.com

Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media (ed.); Issue June). CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Universitas Diponegoro.

Hamidi, E. A. Z., Ismail, N., & Jalaludin, R. (2018). Prototipe Layanan Video on

Demand (VoD) Pada Jaringan OpenFlow. *Teknika*, 7(1), 21–27.

<https://doi.org/10.34148/teknika.v7i1.70>

Harisma, C. B. D., Sidanti, H., & ... (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN USER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SECOND DI MARKETPLACE FACEBOOK (Studi

SIMBA: Seminar Inovasi ..., September.

<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3368>

Hassenzahl, M. (2018). *User experience (UX): Towards an experiential perspective on product quality. In The Oxford Handbook of Innovation Management*. Oxford University Press.

Hidayah, R. T., & Utami, E. M. (2017). E-Service Quality and E-Recovery Service Quality on E-Satisfaction Lazada.Com. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 258–274.

<https://doi.org/10.21009/jrmsi.008.2.05>

Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (N. A. Aziz (ed.)). Health Books Publishing.

Islamiah, F., Harmayanto, & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. *Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER)*, 1(1), 1–8.

Junarlis, I. & N. H. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. CV. Eureka Media Aksara.

- Karina, M. (2019). Pengaruh E-servicescape Online Marketplace Shopee pada Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan, serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(1), 103. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i1.534>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism* (8th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (16th ed.). Prentice Hall Published.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- 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>
- Nasution, H., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2019). European Journal of Management and Marketing Studies THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON E-LOYALTY THROUGH E-SATISFACTION ON STUDENTS OF OVO APPLICATION USERS AT THE FACULTY OF ECONOMICS. *European*

Journal of Management and Marketing Studies, 4(1), 146–162.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3360880>

Nuriman, A. I. (2020). *The Effect of YouTube eWOM on Consumer Buying Interest*.

Oktaviani, D., & Rusdi, F. (2022). View of Pengaruh Komunikasi Pemasaran Disney+ Hotstar Indonesia Melalui Instagram terhadap Minat Pelanggan.pdf. *Prologia*, 6(2), 349–354.

Permana, P. A. G. (2018). Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) dalam Implementasi Sistem Informasi Bazaar Banjar. *Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 10(1), 1–7.

Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.

Rifky, A., & Wibisono, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Biaya Transaksi dan Nilai Pengalaman terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Aplikasi Online Mobile Game. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1264–1273. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1438>

Schmidt, G. B. (2020). Netflix. In *The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society*. SAGE Publications, Inc.
<https://doi.org/10.4135/9781483375519.n460>

Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap

Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230.

<https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>

Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 251–260.

<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26331>

Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV.

Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

Tao, D., Fu, P., Wang, Y., Zhang, T., & Qu, X. (2022). Key characteristics in designing massive open online courses (MOOCs) for user acceptance: an application of the extended technology acceptance model. *Interactive Learning Environments*, 30(5), 882–895.

<https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1695214>

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction* (4th ed.). Andi.

Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The Effect of E-Service Quality, E-

Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 1061–1099.

<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/609>

Winarno, W. W. (2017). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*.

STIE YKPN.

Yuliana, T., Soegiarto, E., & Nurqamarani, A. S. (2019). Pengaruh E - Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Emos (Enseval Mobile Order System) Pada Pt. Enseval Putera Megatrading, Tbk Cabang Samarinda. *Research Journal of Accounting and Business Management*, 3(2), 283. <https://doi.org/10.31293/rjabm.v3i2.4430>

Zhou, R., Wang, X., Shi, Y., Zhang, R., Zhang, L., & Guo, H. (2019). Measuring e-service quality and its importance to customer satisfaction and loyalty: an empirical study in a telecom setting. *Electronic Commerce Research*, 19(3), 477–499. <https://doi.org/10.1007/s10660-018-9301-3>