

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, A. B. (2013). Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(2), 294-305.
- Armstrong, Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc
- Burhan, F. A. (2022). Pelanggan Netflix Susut 200.000 karena Persaingan, Ini Beda Tarifnya. *Katadata.co.id*.
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2016). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. New York: McGraw - Hill.
- James, F. & Roger D. (2014). *Consumer Behavior*. South-Western Collage Pub.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lotz, A. D. (2022). *Netflix and Streaming Video: The Business of Subscriber-funded Video on Demand*. John Wiley & Sons.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Octaviano, A. (2022). Saham Netflix Anjlok Hampir 20%, Jumlah Pelanggan Baru Diproyeksi Turun di Awal 2022. *Kontan.co.id*.
- Peter, J Paul dan Olson, J.C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Rahmawati, S., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Subscription Video Ondemand (SvoD) Netflix. *Interaksi Online*, 11(1), 130-150.

- Sari, N. P. P., Suryawati, G. A. A., & Pradipta, A. D. (2021). Motif Dan Kepuasan Pengguna Netflix Sebagai Media Streaming Di Kalangan Remaja Kota Denpasar. *J Ilm Mhs Ilmu Komun Mediu*, 2(2), 1-8.
- Sathish, M., Kumar, K. S., Naveen, K. J., & Jeevanantham, V. (2011). A Study on Consumer Switching Behaviour in Cellular Service Provider: A Study with Reference to Chennai. *Far East Journal of Psychology and Business*, 2(2), 71-81.
- Schiffman, L. & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Shukla, P. (2011) *Impact of Interpersonal Influences, Brand Origin and Brand Image on Luxury Purchase Intentions: Measuring Interfunctional Interactions and a Cross-National Comparison*. *Journal of World Business*, 46, 242-252
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andi Offset. Yogyakarta
- Wayne, M. L. (2018). *Netflix, Amazon, and Branded Television Content in Subscription Video On-demand Portals*. *Media, culture & society*, 40(5), 725-741.
- Wibowo, T. O. (2018). Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru: Godaan, Perselisihan, dan Kritik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 191-203.
- Yoni Servika Wijaya (2014) : Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang beralih merek ke smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 12 No. 2 Hal 1 – 7.