

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, L. M., & Susanto. (2001). *Sistem Informasi Akuntansi I dan II* (11th ed.). Lembaga Informasi.
- Babbie, E. (2016). *The Practice Social Research* (4th ed.). Cengage Learning.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Chaplin, J. P., & Kartono, K. (1989). *Kamus lengkap psikologi*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business Research Method* (terjemahan). Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Darmawan, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Pengguna Terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi*. 3. <http://repository.unsoed.ac.id/id/eprint/12388>
- Durianto, S. (2001). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui. *Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek, PT. Gramedia Pustaka*.
- Edris, M. (2009). Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus). *Jurnal Analisis Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus*, 2, 17.
- Fandy, T. (2005). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing. Public Relation. Bandung: Penerbit Alfabeta*.
- Garvin, D. A. (1988). *Managing Quality*. The Free Press.
- Ghozali, I. (2004). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2003). *Customer loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan. Jakarta, Airlangga*.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: Menumbuhkan & mempertahankan kesetiaan pelanggan*.
- Hermawan, K. (2010). *Brand Operation The Official MIM Academy course book. Jakarta: Esensi Erlangga Group*.
- Hidayat, A. (2009). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisa Data*. Salemba Medika.
- Irawan, H. (2004). *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Konsumen Pelanggan Merek Pemenang ICSA*. Alex Media Komputindo. Jakarta.

- Keller, K. L., & Kotler, P. (2006). Marketing management. *Data Status, Belgrade*, 36.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (1 dan 2). PT. Indeks Kemlompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). *Prinsip-prinsip Pemasaran, jilid 1*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (B. Sabran (ed.); 1st ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran, edisi 13. *Jakarta: Erlangga, 14*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Macana Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kurniati, H., Rivai, A. K., & Aditya, S. (2021). *The Effect of E-Service Quality and Brand Image Toward Netflix Customer Loyalty through Customer Satisfaction*. <https://doi.org/10.31002/rn.v5i1.4321>
- Maylina, W., & Herizon. (2003). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan terhadap Merek pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya. *Surabaya: Ventura*.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.). Erlangga.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2005). *Consumer Behavior, atau Perilaku Konsumen, terj. Lina Salim*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, B., & Huzairy, A. (2021). INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER LOYALTY IN THE SVOD SERVICE IN INDONESIA (CASE STUDY : NETFLIX) Undergraduate Program School of Business and Management Institut Teknologi Bandung. *Sekolah Bisnis Dan Manajemen*, 1–4.
- Natalia, J., & Ginting, D. B. (2018). Analisis pengaruh kelengkapan fitur, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem, persepsi manfaat terhadap kepuasan penggunaan serta dampaknya terhadap loyalitas pengguna aplikasi viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164.
- Neuman, W. L. (2014). *Basic of Social Research*. Pearson Kanada.

- Peter, J. P., Olson, J. C., & Blanco, J. L. M. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing*.
- Pragunadi, N. G., Sukresna, I. M., & Sutopo, S. (2018). *The Effect of Service Quality and Brand Image To Improve the Satisfaction and Loyalty of Bigtv Customers in Semarang*. *XVII*(3), 188–195.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v17i3.188-195>
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ranto, B. (2007). Korelasi antara Motivasi, Knowledge of Entrepreneurship dan Independensi dan The Entrepreneur's Performance pada Kawasan Industri Kecil, Manajemen Usahawan Indonesia. *LMFE-UI*.
- Reatherford, R. D. (1993). *Statistical Models For Causal Analysis*. Program on Population East-Wesr Cebter.
- Saladin, D. (2002). *Manajemen Pemasaran*. PT. Linda Karya.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran. *Prenada Media, Jakarta*.
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran*. Gramedia Utama.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survai*. LP3ES.
- Stainback, S. W. (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Kendall/Hunt Publishing Company.
- Stanton, W. J. (2006). *Fundamentals Of Marketing* (7th ed.). Mc. Graw-Hill, Inc.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitaitaif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sundjoto, & Hadi, A. S. (2012). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran merek terhadap ekuitas merek susu cair dalam kemasan "Frisian flag." *Media Mahardika, 11*.
- Syahada, K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Application Iflix Indonesia Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Universitas Paramadina*.
https://catalogue.paramadina.ac.id//index.php?p=show_detail&id=32663
- Temporal, P. (2002). *Perilaku Organisasi Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. PT.Prenhalindo.
- Tjandrawinata, R. R. (2016). Industri 4.0: Revolusi industri abad ini dan pengaruhnya pada bidang kesehatan dan bioteknologi. *Jurnal Medicinus, 29*(1), 31–39.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2003). *Total Quality Service*. Andi Offset.

- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Wayne, M. L. (2018). Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals. *Media, Culture & Society, 40*(5), 725–741.
- Widjana, M. A. (2014). Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/106327>
- Wilkie, W. L. (1990). *Consumer Behavior* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Wood, I. (2009). Layanan Pelanggan. *Yogyakarta: Graha Ilmu, 3*, 13.
- Wyckof. (2002). *Prinsip Pemasaran* (7th ed.). Erlangga.
- Yu-Te Tu, Wang, C.-M., & Hsiao Chien-Chang. (2012). Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan. *Social and Development Sciences, 3*, 24–32.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing, 3rd ed.* McGraw-Hill: New York.

