

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika*, 20(2), 169–175. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.9>
- Anggraeni, R. F., & Aminah, S. (2023). Pengaruh E-WOM dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Revlon di Kabupaten Jombang. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2861–2869. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4509>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Buckley, T., & Shaw, L. (2023). *Disney+ Kurangi Target Pelanggan 2024, Dampak Kenaikan Harga*. Bloombergtechnoz.Com. <https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/15443/disney-kurangi-target-pelanggan-2024-dampak-kenaikan-harga>
- Christiani, N. (2021). The Effect of Product Quality, Price, and Promotion toward Students' Purchase Decision for Telkomsel Products. *Review of Management and Entrepreneurship*, 5(2), 137–150. <https://doi.org/10.37715/rme.v5i2.1803>
- Databoks. (2023). *Setelah Turun Tiga Kuartal Beruntun, Pelanggan Disney+ Naik per November 2023*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/14/setelah-turun-tiga-kuartal-beruntun-pelanggan-disney-naik-per-november-2023>
- Fadilah, A. N., & Masahere, U. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Purchase Decision Paket Netflix di Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1, 2023. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Firdaus, F. (2021). *Disney+ Punya 118,1 Juta Pelanggan, Meleset dari Perkiraan Analis*. Ekonomi.Bisnis.Com.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- 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>
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidah, L. L., Oktaviani, M., & Nurhajati, L. (2021). The Effect of Instagram 's E-WOM on Netflix's Brand Image and Subscription Decision - Pengaruh E-WOM di Instagram dan Citra Merek terhadap Keputusan Berlangganan Netflix. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 04(02), 167–179.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hidayati, N., & Heryanda, K. . (2022). Pengaruh e-service quality dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 1–7.
- Hotstar. (2025). Produk Disney Hotstar. *Hotstar.Id*.
- Hotstar, D. (2023). *What are the subscription plans for Disney+ Hotstar Indonesia?* Hotstar.Com.<https://help.hotstar.com/idn/en/support/solutions/articles/61000278570-Apa-saja-paket-berlangganan-untuk-Disney%2B-Hotstar-Indonesia->
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 460–476. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>
- JustWatch. (2023). Streaming Charts. *Justwatch.Com*. <https://www.justwatch.com/id>
- katadata. (2022). *Sejumlah Alasan Pengguna Berlangganan Aplikasi Video on Demand*. Databoks.Katadata.Co.Id.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/30/ini-sejumlah-alasan-pengguna-berlangganan-aplikasi-video-on-demand>
- Katolik, U., Charitas, M., Artikel, R., Quality, E., & Pembelian, K. (2023). *Pengaruh Harga Dan E-Service Quality Terhadap*. 4(2), 94–102.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (A. Maulana & D. Bernadi (eds.); Edisi 12). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. S. Haryati (eds.); Edisi 13 J). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed., Vol. 22). Pearson Pretice Hall.
- Kurniawan, Y. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Prijati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(1), 1–18.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- MCU. (2025). MCU Timeline. *Marvel.Com*.
- Mendrofa, K. H., & Hendriati, Y. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tv Berlangganan Transvision Di Kota Batam. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang ...*, 6(1), 24–32. <http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/132%0Ahttps://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/download/132/125>
- Nirma, K. (2019). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Trunojoyo*, 5(2), 67–79.
- Peter, P. J., & Olson, C. J. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Salemba Empat.
- Rizkiawan, M. H., Linati Haziroh, A., Ikasari, H., Aditya Perdana, T., Ekonomi dan Bisnis, F., & Dian Nuswantoro, U. (2023). *Economics and Digital Business Review Generasi Z dan OTT: Preferensi Konsumen Pada Transformasi Media Dalam Persaingan Dengan TV Tradisional di Kota Semarang*. 4(2), 325–340.
- Rufaida, T. G. (2021). Pengaruh Ewom, Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Vod Netflix. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(11). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36418/>

- Sari, H. P. (2022). Survei Nielsen: Vidio, Disney Hotstar, dan Netflix Paling Banyak Diakses di Mobile Streaming. *Kompas*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Segoro, W., & Rifaldi, M. R. (2021). The Influence Of Price, Product Quality And Service Quality On Purchase Decision Of Netflix Applications. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1705–1711. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.340>
- Simorangkir, E. (2024). Mengutip Ceruk Besar Industri Streaming Video Berbayar. *DetikFinance*.
- SPBE Kota Semarang. (2023). No Title. *SPBE Kota Semarang*. https://spbe.semarangkota.go.id/tentang/profil_kota
- Stephanie, Y., Setyabudi, D., & Tandiyo, P. (2023). Terpaan YouTube Series dan Persepsi Pemasaran Interaktif di Twitter terhadap Keputusan Pembelian Layanan Subscriptions Video on Demand (SVOD) Netflix. *International Journal of Research in Science, Commerce, Arts, Management and Technology*, 2, 410–421. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-13062>
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi 11). Penerbit Alfabeta.
- Sulaksono, H., & Hidayah, T. (2022). The Influence of Product Quality, Price, Brand Image, E WoM and WoM on Purchase Decisions of Oriflame Products at SPO Amalia Kartika Putri Situbondo. *ABM: International Journal of Administration, Business and Management*, 4(2), 66–92. <https://doi.org/10.31967/abm.v4i2.636>
- The Walt Disney Company. (2025). About Disney. *Thewaltdisneycompany.Co*. <https://thewaltdisneycompany.com/about/>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Penerbit Andi.
- Ummat, R. H., & Anindita, K. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador, harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.

- Usmanda, Y. (2024). *Marvel Studios Akui Kapok Bikin Terlalu Banyak Film dan Serial MCU dalam Satu Tahun*. Kincir.Com. <https://kincir.com/movie/marvel-studios-kapok-bikin-banyak-proyek/>
- Walt Disney Company. (2022). *Fiscal Year 2022 Annual Financial Report Disney*.
- Walt Disney Company. (2023). *Fiscal Year 2023 Annual Financial Report Disney*.
- Wareza, M. (2021). *Pertumbuhan Pelanggan Disney+ & Netflix Melambat*. CNBC Indonesia.
- 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.yrpiiku.com/index.php/msej>