

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Aswaja Pressindo. Yogyakarta.
- Aaker, D. A. 2011. *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Edisi ketiga. Mitra Utama. Jakarta.
- Arikunto, S. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Pertama. Rineka Karya. Jakarta.
- Azhar, M., H. T. Sutiono, dan Wisalmawati. 2021. Pengaruh *Digital marketing* dan *Electronic word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Seminar Nasional Informatika*, 1(1): 289-305.
- Chaffey, D., dan P. Smith. 2017. *Digital marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Edisi kelima. Routledge Taylor and Francis Group. New York.
- Diansyah, dan A. I. Nurmalasari. 2017. Pengaruh Pemasaran Internet dan *Electronic word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal of Business Studies*, 2(1): 84-98.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planing dan Strategy)*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. CV. Penerbit Qiara Media. Pasuruan.
- Gabriella, T. P., L. Ellitan, dan M. M. Kristanti. 2022. Pengaruh *Social Media Marketing*, dan EWOM Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand awareness* Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 11(1): 1-10.
- Ge, Z. 2017. *EWOM of Mobile Network Media And How it Effect on Customer Behavior*. Tesis. Politecnico Milano. Milan.
- Ghozali, I., dan L. Hengky. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Edisi Pertama. BP Undip. Semarang.
- Goyette. I., L. Richard, J. Bergeron, dan F. Marticotte. 2010. *EWOM Scale Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1): 5-23.

- Hardani, H. Amalia, dan H. Andriani. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Edisi Pertama. Pustaka Ilmu. Yogyakarta.
- Harjadi, D., dan D. Fatmawati. 2008. *EWOM Communication sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran*. Edisi Pertama. Medpress. Yogyakarta.
- Inayati, T., M. J. Efendi, dan A. S. Dewi. 2022. Pengaruh *Digital marketing, Electronic word of mouth, dan Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3): 202-209.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. UNITOMO Press. Surabaya.
- Irwansyah, R., K. Listya, dan A. Setiorini. 2021. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Widiana Bakti Persada. Bandung.
- Ismagilovia, E., E. Slade, dan Y. K. Dwivedi. 2017. *Electronic word of mouth in the Marketing Context A State of The Art Analysis and Future Directions*. Edisi Pertama. Springer International Publishing AG. Switzerland.
- Jalivand, M. R., S. S. Esfahani, dan N. Samiei. 2010. *Electronic word of mouth Challenges and Opportunities*. *Procedia Computer Science*, Vol 3: 42-46.
- Jayani, D. H. 2019. Pelanggan *Streaming* Netflix Indonesia 2017-2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/13/berapa-pelanggan-streaming-netflix-di-indonesia>. 19 November 2022 (23:00).
- Junaedi, I. W. R., F. S. Pribadi, dan A. S. Latif. 2022. *Manajemen Pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. CV. Eureka Media Aksara. Purbalingga.
- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_, dan \_\_\_\_\_. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Edisi Ketujuh. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Erlangga. Jakarta.
- Kunts, A. Estimated Number of Streaming Subscribers to Netflix in Indonesia 2017- 2021. <https://www.statista.com/statistics/607628/indonesia-netflix-subscriber>. 19 November 2022 (22:00).
- Martin, B., dan E. Stephens. 2019. *Strategic Brand Management*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. ED- Tech Press. London.
- Millenium, A. S., I. W. Suardana, dan I. M. K. Negara. 2021. Pengaruh *Digital marketing dan Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada

- Startup Bike Rental Bananaz Bali. Jurnal Industri Perjalanan Pariwisata*, 9(1): 173-177.
- Monzana, A. Y., dan M. E. Saputri. 2022. Pengaruh *Digital marketing* terhadap *Willingness to Subscribe* melalui *Electronic word of mouth* pada Layanan Netflix. *Journal Of Management*, 5(2):280-286.
- Nathalia, A., dan I. S. Indriyanti. 2022. Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui *Brand awareness* dan EWOM Terhadap *Repurchase Intention* Pada Konsumen Kosmetik Halal Sariayu DKI Jakarta. *E-Jurnal Manajemen TSM*, 2(2) : 221-236.
- Pahlevi, R. 2022. Penetrasi Internet di Indonesia 2018-2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia>. 15 Oktober 2022 (22:15).
- Paramita, R. W. D. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. STIE Widya Gama. Lumajang.
- Pebrianti, W., Arweni, dan M. Awal. 2020. *Digital Maketing*, EWOM, *Brand awareness* Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 11(1): 48-56.
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi kedua. Zifatama Publishing. Sidoarjo.
- Purnamasari, I. A., dan D. C. A. Kadi. 2022. Pengaruh *Digital marketing* Dan *Electronic word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Online Store Awareness* Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Universitas PGRI Madiun*, Vol 4.
- Pusparisa, Y. 2021. Pertumbuhan Pelanggan Berbayar Netflix Asia Pasifik. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/23/makin-banyak-orang-asia-pasifik-langganan-netflix>. 15 Oktober 2022 (22:15).
- Rahman, A. F. A., I. Sudirman, dan N. Kadir. 2022. Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek Lumier Skincare Dimasa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business*, 5(2): 229-237.
- Ramadhan, T. S. 2022. *Digital marketing di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Eureka Media Aksara. Purbalingga.
- Sari, D. K., A. Pebrianggara, dan M. Oetarjo. 2021. *Buku Ajar Digital marketing*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. UMSIDA Press Redaksi. Sidoarjo.
- Shinta, A., 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Sitorus, S. A., N. A. Romli, dan N. P. Sukanteri. 2022. *Brand Marketing : The Art of Branding*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Media Sains Indonesia. Bandung.

- Slamet, R., dan A. A. Hartawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Edisi Pertama. Deepublish. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Edisi Pertama. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sumangla, R., dan A. Panwar. 2014. *Capturing, Analyzing, and Managing Word Of Mouth In The Digital Market Place*. Edisi Pertama. IGI Global. Hersey, Pennsylvania.
- Wati, A. P., J. A. Martha, dan A. Indrawati. 2022. *Digital marketing*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Edulitera. Malang.
- Weitzl, W. 2014. *Measuring Electronic Word of Mouth Effectiveness*. Edisi Pertama. Springer Gabler. Australia.

