

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Dawi, N. M., Jusoh, A., Štreimikis, J., & Mardani, A. (2018). The Influence Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Behavioral Intentions By Moderating Role of Switching Barriers in Satellite Pay TV Market. *Economics and Sociology*, 11(4), 198. Retrieved from <https://journal.uii.ac.id>
- Efraim Turban, & King Jae Kyu Lee. (n.d.). Electronic Commerce a Managerial and Social Networks Perspective. Retrieved from <https://doi.org/10.1007978-3-319-10091-3>
- Gupron. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Melalui E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapan.com (Studi pada Mahasiswa Batanghari Jambi). *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Ilmu Sosial*, 1(1), 337-348. Retrieved from <https://garuda.ristekbrin.go.id/>
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55-62. Retrieved from <http://journal.feb.unmul.ac.id/>
- Khatib, S. M., Seong, L. C., Chin, W. S., & Tze, H. K. (2018). Factors of E-Service Quality Among Malaysian Millennial Streaming Users. *International Journal of Economics & Management*, 13(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (16 ed.). New Jersey: Prentice Hall Published.
- Kurniawan, E. (2017). *Pengantar Manajemen* (1 ed.). Jakarta: Kencana.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.

- Paramitha, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Melalui E-Commerce Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Mulawarman Pengguna Mobile Application Tokopedia). *e-Journal Administrasi Bisnis*, 6(3), 1076-1089. Retrieved from [ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id)
- Philip, K., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. (2016). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Security Seals Terhadap E-Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 164-173. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyambudi, H. O., & Ambarwati. (2013). Performansi Video on Demand (VOD) pada Virtual Private Network (VPN) Menggunakan Open VPN. *Jurnal Mahasiswa Teknik Elektro Universitas Brawijaya*. Retrieved from <http://elektro.studentjournal.ub.ac.id/>
- Riza, S., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Eloyalty Dengan ESatisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lazada Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 929-941. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Manajemen* (13 ed.). (B. Sabran, & D. Barnadi, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Samudro, D. A., & Widyastuti. (2020). Peran Kualitas Layanan Elektronik, Presepsi Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Niat Pembelian Online Streaming Musik Spotify. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 968-980. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/>

- San, W. H., Von, W. Y., & Qureshi, M. I. (n.d.). Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction in Malaysia. doi:10.31580/JMIS.V3I1.1452
- Strand, E., Sandell, V., & Berg, O. (2019). Service Quality, Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Swedish Subscription Video On Demand-Industry. Retrieved from <http://www.diva-portal.org/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundaram, V., Rankumar, D., & Shankar, P. (n.d.). Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in India Online Business.
- Ter Huurne, M., Ronteltap, A., Corten, R., & Buskens, V. (2017). Antecedents of Trust in The Sharing Economy: A Systematic Review. *Journal of Consumer Behaviour*, 16(6), 485-498. doi:10.1002/cb.1667
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wayne, M. L. (2018). Netflix, Amazon, and Branded Television Content in Subscription. *Media, Culture, & Society*, 40(5), 725-741. doi:10.1177//016344371776118
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7 ed.). New York: McGraw-Hill.