

DAFTAR PUSTAKA

- A Asniati, F. F. (2023). *Pengaruh User Interface (Ui) Dan User Experience (Ux) Terhadap Minat Beli Ulang Akun Netflix*. 2(4), 1645–1658.
- Abdilah, M. R., & Putri, R. A. (2024). *Informasi (Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi) Volume 16 No.1 / Mei / 2024*. 16(1), 1–20.
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.876>
- Ahmadpour-Samani, P., Arman, H., Foukerdi, A., Hadi-Vencheh, A., & Mavi, R. K. (2022). The Equity Theory: A Quantitative Perspective Using Data Envelopment Analysis. *Rairo - Operations Research*, 56(5), 3711–3732. <https://doi.org/10.1051/ro/2022178>
- Alfrina, R., & Nawangsari, L. C. (2023). Perceived Quality Terhadap Niat Pembelian Sepeda Canyon. *Journal Of Social Science Research*, 3(3), 5290–5300.
- Alianti. (2023). *Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Qris Pada Pelanggan Umkm*.
- Amri, R. (2021). *Analisis Ekonomi Politik Komunikasi Pada Hak Siar Pertandingan Sepakbola Studi Deskriptif Praktik Spasialisasi Dalam Siaran Langsung Sepakbola Liga Eropa Di Indonesia*. 2(11), 1–12.
- Angelia. (2022). *Platform Video Streaming Paling Digemari Masyarakat Indonesia 2022*. <https://goodstats.id/article/platform-video-streaming-paling-digemari-masyarakat-indonesia-2022-qzfpb>
- Anjani, Y., Wicaksana, M., & Kuswanti, A. (2023). Penggunaan Aplikasi Streaming Netflix Pada Generasi Z. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(1), 88–96. <https://doi.org/10.37817/Ikon.V29i1.3474>
- Apriliawati, D. (2020). Diary Study Sebagai Metode Pengumpulan Data Pada Riset Kuantitatif: Sebuah Literature Review. *Journal Of Psychological Perspective*, 2(2), 79–89. <https://doi.org/10.47679/Jopp.022.12200007>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/Maneggio.V4i1.6766>
- Azshari, N. I., & Yuniarti, R. (2021). Membangun Kualitas Layanan Penyiaran Streaming Program Liga Inggris Mola Tv Berdasarkan Persepsi Audiens. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 338–345. <http://dx.doi.org/10.29313/V7i1.27197>
- Berndt, A. E. (2020). Sampling Methods. *Journal Of Human Lactation*, 36(2), 224–226. <https://doi.org/10.1177/0890334420906850>
- Bryan Reynaldy. (2024). *80% Masyarakat Indonesia Mengakses Internet Untuk Mendapat Hiburan*. <https://data.goodstats.id/statistic/80-masyarakat-indonesia-mengakses-internet-untuk-mendapat-hiburan-mvxoc>
- Budiarti, A. T., Wahyudi, F., & Ratnasari, N. (2022). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Gojek Menggunakan

- Ux Honeycomb. *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika (Jusifor)*, 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.33379/Jusifor.V1i2.1634>
- Chin. (2019). *Memahami Composite Reliability Dalam Penelitian Ilmiah*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/Memahami-Composite-Reliability-Dalam-Penelitian-Ilmiah/>
- Christofaro, V. G., & Susanto Pranoto, H. (2024). The Influence Of Brand Image, Product Quality, Price Perception On Purchasing Decisions With Digital Marketing Moderation. In *Primanomics : Journal Economics And Business* (Vol. 22, Issue 2, Pp. 1–13). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/Ds>
- Da Silva, B. R., Mangantar, M., & Tielung, M. V. . (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga Dan User Interface Terhadap Kepuasan Pelanggan Marketplace Lazada Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *Jurnal Emba*, 10(4), 1653–1662.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- David. (2022). *Analisis Pengaruh Ui / Ux Aplikasi Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna*.
- Deshpande. (2020). *Study Of Impact Of Online Streaming Services (Oss) On Youth Of 18 To 24 Years Group With Reference To Navi Mumbai*. <https://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:ijmss&volume=8&issue=6&article=001>
- Diki Hendriyanto, M., Ridha, A. A., & Enri, U. (2022). Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Mola Pada Google Play Store Menggunakan Algoritma Support Vector Machine Sentiment Analysis Of Mola Application Reviews On Google Play Store Using Support Vector Machine Algorithm. *Journal Of Information Technology And Computer Science (IntecomS)*, 5(1), 1–7.
- Fadzana Dan Diartono. (2023). *Pengaruh User Experience (Ux) Design Terhadap Kemudahan Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Tix Id*.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.31850/Economos.V4i1.775>
- Fatika. (2024). 33% Orang Indonesia Gunakan Layanan Ott Setiap Hari. <https://data.goodstats.id/statistic/33-orang-indonesia-gunakan-layanan-ott-setiap-hari-wfano>
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/Jkis.V1i1.118>
- Fernando, F. (2020). Perancangan User Interface (Ui) & User Experience (Ux) Aplikasi Pencari Indekost Di Kota Padangpanjang. *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 7(2), 101. <https://doi.org/10.26858/Tanra.V7i2.13670>

- Fiqqih, M. N. (2023). *The Effect Of Perceived Price Fairness, Product Quality, And Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction Mediation On Shopee Consumers*. Atlantis Press International Bv. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-008-4_35
- Gavriluk, V. (2022). *Apa Itu Interaksi Manusia-Komputer (Hci) Dan Manfaatnya?* <https://arounda.agency/blog/what-is-human-computer-interaction-hci-and-its-benefits>
- Ghozali. (2019). *Memahami Validitas Konvergen (Convergent Validity) Dalam Penelitian Ilmiah*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-validitas-konvergen-convergent-validity-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Ghozali. (2021). *Memahami Validitas Diskriminan (Discriminant Validity) Dalam Penelitian Ilmiah*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-validitas-diskriminan-discriminant-validity-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Gusfi, D. A., Widodo, A., Dewi, C. K., Rubiyanti, N., & Silvianita, A. (2024). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Dengan E-Service Quality Sebagai Mediator Pada Blibli: A Conceptual Paper. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(2), 2011–2023. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.843>
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.
- Harisma, C. B. D., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan User Experience Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Second Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akutansi (Simba) 4, September*.
- Hasniati, H., Indriasar, D. P., & Sirajuddin, A. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Produk Online Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening. *Management And Accounting Research Statistics*, 1(2), 11–23. <https://doi.org/10.59583/mars.v1i2.10>
- Hawa, S. D. (2022). User Interface Dan Social Media Marketing Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (Jsitp)*, 3(2), 57–60. www.journal.peradaban.ac.id
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 4(3), 1281–1288. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629>
- Islamatasya. (2024). Motif Gen Z Di Kota Yogyakarta Dalam Menggunakan Aplikasi Netflix. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Islami, M. D. P., & Nugroho, D. A. (2022). Pengaruh Brand Image, Perceived Quality Dan Perceived Price Pada Keputusan Pembelian Produk Hypebeast Merek Nike. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 211–218. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.2.09>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. [https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia?Rq=Internet Indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia?Rq=Internet%20Indonesia)
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball

- Sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. [Http://Journal.Ummat.Ac.Id/Index.Php/Historis](http://Journal.Ummat.Ac.Id/Index.Php/Historis)
- Lestari, I. (2023). *Pengaruh Customer Satisfaction, Perceived Value, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Customer Loyalty, Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Bisnis Islami (Pada Pt. Telkom Witel Lampung)*.
- Lin, T. T., Yeh, Y. Q., & Hsu, S. Y. (2022). Analysis Of The Effects Of Perceived Value, Price Sensitivity, Word-Of-Mouth, And Customer Satisfaction On Repurchase Intentions Of Safety Shoes Under The Consideration Of Sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 14(24). <https://doi.org/10.3390/Su142416546>
- M. Zacky, Nur Fitri Ayu Jelita, Nayla Husna Ryanda, & Angranini, A. (2024). The Information Systems Perspective: The Impact Of User Interface On Consumer Purchase Intentions Based On A Systematic Review Of User Experience. *Ekonomi Dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, Dan Terapan Teori*, 28(1), 43–55. <https://doi.org/10.24123/Jeb.V28i1.6478>
- Malika, A., Wanilawati, S., Merdiaty, N., Bhayangkara, U., Raya, J., Hierarki, T., Maslow, K., Dua, T., Herzberg, F., Vroom, T. H., & Vroom, T. H. (2025). *Issn : 3025-9495*. 13(11).
- Malunlana, M. A., & Winarno, A. (2024). *Pengaruh Information Quality Dan System Usability Melalui User Experience Terhadap Purchase Decision Pada Fitur Layanan Go-Food Gojek Di Bandung The Influence Of Information Quality And System Usability Through User Experience On Purchase Decisions In The*. 11(3), 2554–2565.
- Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i2.1134>
- Mardian, L. A., Lestari, S. P., & Risana, D. (2023). The Effect Of Perceived Price And Service Quality On Purchasing Decisions For Electronic Services (Survey On Customers Of Computer Kios & Services Singapura). *Journal Of Indonesian Management*, 3(3), 435–448. <https://doi.org/10.53697/Jim.V3i3.1390>
- Martins, M. A. J., & Riyanto, S. (2020). The Effect Of User Experience On Customer Satisfaction On Netflix Streaming Services In Indonesia. *International Journal Of Innovative Science And Research Technology*, 5(7), 573–577. <https://doi.org/10.38124/Ijisrt20jul545>
- Maulida, W. U., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh Brand Trust, Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Cv. Syifa Adventure. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1023–1035. <https://doi.org/10.37481/Jmeh.V4i3.858>
- Muthmainnah, H. (2024). *Memahami Metode Penelitian Kuantitatif: Jenis, Langkah, Dan Contoh*. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/D-7550319/memahami-metode-penelitian-kuantitatif-jenis-langkah-dan-contoh>

- Nanda, S., Mualfah, D., & Fitri, D. A. (2022). Analisis Sentimen Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Streaming Mola Menggunakan Algoritma Random Forest. *Jurnal Aplikasi Teknologi Informasi Dan Manajemen (Jatim)*, 3(2), 210–219. <https://doi.org/10.31102/Jatim.V3i2.1592>
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2020). Evaluating The Impacts Of Customer Experience On Purchase Intention. *International Journal Of Business And Management*, 8(6). <https://doi.org/10.5539/ijbm.V8n6p128>
- Nida Salma Fahriani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Di Apotek Bunda Cikembar. *Optimal Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 1–11. <https://doi.org/10.55606/Optimal.V2i3.431>
- Noviyanti, I., Oktariani, D., Yusnita, M., & Khadijah, K. (2023). User Interface Dan Nilai Utilitarian Terhadap Minat Beli Masyarakat Pengguna E-Commerce Shopee. 6(2), 430–441.
- Nuha. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Nursarah, W., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). The Influence Of Price Perception, Taste, And Location On Customer Satisfaction (Survey On Customers Of Café Shelter Wisata Galunggung). *Journal Of Indonesian Management*, 2(3), 739–748. <https://doi.org/10.53697/Jim.V2i3.926>
- Oktafianna, H., Studi, P., Manajemen, M., & Bakrie, U. (2024). Catalysts Of Video-On-Demand Service Purchase Decisions : Evaluating The Impact Of E-Service Quality And User Experience Among Netflix Users In East. *Liquidity*, 13(1), 14–27.
- Pambajeng, F. R. (2019). *Pengembangan User Interface (Ui) Dan User Experience (Ux) Aplikasi Cashoop Untuk Pengelolaan Keuangan Pribadi*. 7(1), 20–33.
- Panjaitan, T., Tarigan, E. D. S., & Siregar, D. (2024). Pengaruh Service Quality Dan User Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perumahan Givency One). *Economics, Business And Management Science Journal*, 4(2), 108–116. <https://doi.org/10.34007/Ebmsj.V4i2.674>
- Pokhrel, S. (2024). No Title. *Αναη*, 15(1), 37–48.
- Populix. (2024). *Survei Populix: Begini Penggunaan Ott Platform Di Indonesia*. <https://info.populix.co/articles/ott-platform/>
- Pradana, U. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Prayoga, A. K., Achmad, G. N., & Zulkifli, Z. (2023). Influence Of Ui, Ux And E-Service Quality On Tokopedia Purchase Via Perceived Risk. *Journal Of Social Research*, 2(5), 1606–1625. <https://doi.org/10.55324/Josr.V2i5.827>
- Purwitasari, R. W., Nainggolan, P. D. Y., Rahmawati, N., Adhinata, F. D., & Ramadhan, N. G. (2021). Perancangan Ui/Ux Webinar Booking Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurikom (Jurnal Riset Komputer)*, 8(6), 350. <https://doi.org/10.30865/Jurikom.V8i6.3700>
- Puspitaloka, T. L., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Content Marketing, Customer Satisfaction Dan Customer Trust Terhadap Customer Retention Dengan Customer Value Sebagai Variabel Moderasi: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi*,

- Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 889–910.
<https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.3749>
- Putra, F. D. (2022). Pengaruh E-Promotion Dan User Interface Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Procedia Manufacturing*, 1(22 Jan), 1–17.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *Schoulid: Indonesian Journal Of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Putri, A. M. H. (2023). *Akses Internet Dki Paling Ok, Provinsi Mana Paling Gaptek?* <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230320074744-128-423039/akses-internet-dki-paling-ok-provinsi-mana-paling-gaptek>
- Putri, F. D., & Nainggolan, B. M. (2024). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Persepsi Harga Dan Customer Experience: Peran Customer Trust Sebagai Mediator. *Inovasi*, 11(1), 22–36.
<https://doi.org/10.32493/Inovasi.V11i1.P22-36.40255>
- Putri S. (2024). *Evaluasi Model Pls Dilakukan Dengan Mengevaluasi Outer Model Dan Inner Mode*. 53–66.
- Putri, V. K. M. (2023). *Sampel Penelitian: Pengertian, Tujuan, Dan Cara Menentukannya*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/12/090000569/sampel-penelitian--pengertian-tujuan-dan-cara-menentukannya?page=all>
- Raden Vina Iskandya Putri1, T. A. R. (2023). “Бсп За България” Е Под Номер 1 В Бюлетината За Вота, Герб - С Номер 2, Пп-Дб - С Номер 12. *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2(3), 310–324.
<https://bnr.bg/post/101787017/Bsp-Za-Balgaria-E-Pod-Nomer-1-V-Buletinata-Za-Vota-Gerb-S-Nomer-2-Pp-Db-S-Nomer-12>
- Rahayu, S., & Faulina, S. T. (2022). Pengaruh Digital Customer Experience Dalam Menciptakan Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Di Era Digital. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1–13.
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.568>
- Rahayu, S., Limakrisna, N., & Purban, J. H. V. (2023). The Influence Of Perceived Price And E-Service Quality On Customer Satisfaction And Their Impact On Customer Loyalty In Using Go-Jek Services In Dki Jakarta Province. *International Journal Of Economy, Education And Entrepreneurship*, 3(1), 132–151. <https://doi.org/10.53067/Ije3.V3i1>
- Rahmadani, F. (2024). *Peran Ui / Ux Pada Layanan Aplikasi Mytelkomsel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Pelanggan The Role Of Ui / Ux In The Mytelkomsel Application Service On Purchase Decisions And Bertujuan Untuk Metode Penelitian Ini Menggunakan Metode Kualitatif M*. 4(3).
- Rahmadiansyah, R., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2020). Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Programming Hub Menggunakan Indikator Ux Honeycomb. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(7), 2186–2194.

- Ramadhan, H. A., Purwaamijaya, B. M., & Guntara, R. G. (2023). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Aplikasi Seluler Streaming Vidio. *Jtim : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 5(2), 122–133. <https://doi.org/10.35746/Jtim.V5i2.367>
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/Jimi.V2i3.132>
- Rochmawati, I. (2020). Iwearup.Com User Interface Analysis. *Visualita*, 7(2), 31–44. <https://doi.org/10.33375/Vslt.V7i2.1459>
- Rosmi, F., & Angga Ari Prasetyo. (2024). Increasing Purchasing Decisions For Umkm Tempe Chips In Banyumas District Through User Interface, Social Media Marketing, Price, And Nutrition Labeling With Purchase Intention As A Mediating Variable. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (Rekomen)*, 7(1), 206–217. <https://doi.org/10.31002/Rekomen.V7i1.1364>
- Sabillah, H. A. (2022). The Role Of The Production Team For Live Streaming Of Bri League 1 Sports Broadcast On Vidio.Com. *Propaganda*, 2(2), 185–194. <https://doi.org/10.37010/Prop.V2i2.751>
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/Jkis.V1i1.115>
- Sari, P. S., Respati, N. N. R., & Yasa, N. N. K. (2023). Pengaruh Experiential Marketing, Brand Image, Price Perception Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Starbucks Reserve Dewata. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, April, 327. <https://doi.org/10.24843/Eeb.2023.V12.I02.P18>
- Septiyana, F., S. Shihab, M., Kusumah, H., Sugina, & Apriliasari, D. (2022). Analysis Of The Effect Of Product Quality, Price Perception And Social Value On Purchase Decisions For Lampung Tapis Fabrics. *Aptisi Transactions On Management (Atm)*, 7(1), 54–59. <https://doi.org/10.33050/Atm.V7i1.1744>
- Sitompul, S. S., & Lie, A. (2023). *Factors Affecting Price Perception , Brand Trust , Service Quality , Promotion , And Company Image On Customer Satisfaction Using Pt Grab Teknologi Indonesia Services In Pekanbaru*. 3(1).
- Sriningsih, M., Hatidja, D., & Prang, J. D. (2018). Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains*, 18(1), 18. <https://doi.org/10.35799/Jis.18.1.2018.19396>
- Suarna, I. F. (2022). Purchase Decision Pada Live Streaming Shopping Pengguna Media Sosial Tiktok Di Bandung. *Ekono Insentif*, 16(2), 138–152. <https://doi.org/10.36787/Jei.V16i2.942>
- Suciati, P., & Putra, B. M. (2022). Indonesian Gen Z Consumer Preference For Subscribing To Netflix In The Covid-19 Pandemic Era. *Journal Of Media And Information Warfare*, 15(1), 71–84.
- Sudana, Anggreni, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan)*. 22(2), 555–561. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.5574445>

- Sudarta. (2022). *Importance Performance Analysis (Ipa) Atas E-Service Quality Aplikasi Video On Demand Mola Tv Skripsi*. 16(1), 1–23.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Nuevos Sistemas De Comunicación E Información*, 2003, 2013–2015.
- Sumadi. (2024). Uji Validitas Dan Reliabilitas. <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Taqiyya. (2023). *Termasuk Pengguna Berat, Gen Z Dan Milenial Jadi Mayoritas Konsumen Ott*. <https://data.goodstats.id/statistic/termasuk-pengguna-berat-gen-z-dan-milenial-jadi-mayoritas-konsumen-ott-0skq1>
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_sistem_pembetulan_terpusat_strategi_melestari
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/Emba.V3i2.9286>
- Watulingas, E. B. (2020). The Influence Of User Interface, User Experiance And Digital Marketing Toward Purchase Intention (Study In Sejasa.Com). *International Humanities And Applied Science Journal*, 3(2), 35–39. <https://doi.org/10.22441/Ihasj.2020.V3i2.05>
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17–31. <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol3/iss2/2>
- Wiyono. (2019). Contoh Metode Pls. *Metode Penelitian Ilmiah*, 84, 487–492. <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>
- Wulansari, A. P. (2019). Bab Iii Metoda Penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26–35.
- Yaqin, M. N., Askafi, E., & Arisyahidin, A. (2023). The Role Of Brand Image As A Mediation Of The Influence Of Product Price And Quality On Purchase Decision. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 27–44. <https://doi.org/10.26533/Eksis.V18i1.1213>
- Zahira Haerul, A. (2024). *Seiko : Journal Of Management & Business* Pengaruh User Interface, Price Discount, Reputasi Perusahaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Grab Oleh Konsumen Millennials Di Kota Makassar. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 7(1), 652–664.