

DAFTAR PUSTAKA

- Afia, A. N., Wanita, N., & Amalia, R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Generasi Z di Kecamatan Palu Barat dengan Gaya Hidup Hedonis Sebagai Variabel Moderating. 4(4).
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour*. McGraw-Hill Education (UK).
- Aprilia, P. W., & Krisnawati, W. (2023a). Factors that Influence the Decision to Purchase Spotify Premium Services. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 4(3), 326–338. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/jmso/article/view/12163>
- Aprilia, P. W., & Krisnawati, W. (2023b). Factors that Influence the Decision to Purchase Spotify Premium Services. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 4(3), 326–338. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/jmso/article/view/12163>
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arif, M., Febrilia, I., & Lutfia, A. (2023). View of The Influence of Service Quality, Price, and Customer Satisfaction in Building Customer Loyalty Using Paid Music Service Applications (Case Study on the Spotify Application). <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb/article/view/155/155>
- Astawa, P. A. S. (2022). Gaya Hidup, Harga, dan Keputusan Pembelian Spotify Premium. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 346–355. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v4i3.37344>
- Betrix, B. (2023). *Buku Ajar Sosiologi Ekonomi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- databoks.katadata. (2025). Aplikasi Musik Terpopuler Global pada 2025, Ada Favoritmu? | Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/699d086841a25/10-aplikasi-musik-terpopuler-global-pada-2025-ada-favoritmu>
- Dewi, D. S. (2024). Persepsi Mahasiswa atas Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Paket Langganan Netflix.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Direktorat Jenderal Pajak. (n.d.-a). Gelombang Pertama, Enam Perusahaan Ditunjuk Sebagai Pemungut PPN Produk Digital Luar Negeri. Direktorat Jenderal Pajak. Retrieved 5 December 2025, from <http://www.pajak.go.id/id/siaran-pers/gelombang-pertama-enam-perusahaan-ditunjuk-sebagai-pemungut-ppn-produk-digital-luar>
- Direktorat Jenderal Pajak. (n.d.-b). Pajak atas Usaha Ekonomi Digital Terkini: 33,39 Triliun. Direktorat Jenderal Pajak. Retrieved 16 November 2025,

- from <http://www.pajak.go.id/id/siaran-pers/pajak-atas-usaha-ekonomi-digital-terkini-3339-triliun>
- Direktorat Jenderal Pajak. (n.d.-c). PPN atas Produk dan Jasa Digital melalui Transaksi Elektronik. Direktorat Jenderal Pajak. Retrieved 16 November 2025, from <http://www.pajak.go.id/id/digitaltax>
- Direktorat Jenderal Pajak. (n.d.-d). Produk Digital dari Luar Negeri Dipungut PPN Mulai 1 Juli 2020 [Direktorat Jenderal Pajak]. Direktorat Jenderal Pajak. Retrieved 5 December 2025, from <http://www.pajak.go.id/id/siaran-pers/produk-digital-dari-luar-negeri-dipungut-ppn-mulai-1-juli-2020>
- Faesar, M., Permata, D. R., & Doriza, S. (2025). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif di Era Social Commerce: Studi pada Pengguna TikTok Shop Remaja Perempuan. *Journal of Education Research*, 6(4), 1278–1288. <https://doi.org/10.37985/jer.v6i4.2886>
- Ghozali, H. I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Dr. Karlina Aprilia Kusumadewi, M.Sc. 19.
- Gunawan, M., Goenadhi, L., Daud, I., & Munawaroh, R. S. (n.d.). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium. Retrieved 29 November 2025, from <https://journal-stieibjm.com/index.php/juma/article/view/51/41>
- Gunawan, M., Goenadhi, L., Munawaroh, R. S., & Daud, I. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 25(1), 63–74. <https://journal-stieibjm.com/index.php/juma/article/view/51>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. https://drive.google.com/drive/folders/12NpzjP_hxRZxvC55qkBJuchU9kSWfEWS
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Husna, Q. A., Pahala, I., & Khairunnisa, H. (2025). Analisis Persepsi Kebijakan PPN PMSE, Kenaikan PPN dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Netflix. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 6(2), 335–356. <https://doi.org/10.21009/japa.0602.11>
- IIPA. (2021). *Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement: Indonesia*. International Intellectual Property Alliance.
- IIPA. (2025). *2025 Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement*.
- IIPA. (2026). *2026 Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement*.
- Isalman, Mubaraq, A., Conny, & Ningtyas, A. P. (2025). Urgensi E-Service Quality untuk Penguatan Kepercayaan dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1). <https://jmk.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/29/21>
- Julito, K. A., & Ramadani, I. (2024). Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Generasi Z

- Dalam Transaksi E-Commerce Sebagai Pemoderasi. *MEDIA AKUNTANSI PERPAJAKAN*, 9(1), 28–40. <https://doi.org/10.52447/map.v9i1.7466>
- Kadeari, N. L. E., & Heryanda, K. K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Layanan “Music Spotify Premium” Studi Kasus pada Generasi Milenial di Bali. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 276. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.32533>
- Kembau, A. S., Lendo, F. B., Felix, A., & Vincent, Y. (2024). The Role of FOMO, Personalization, and Social Sharing in Driving Customer Engagement and Brand Loyalty: Insights from Spotify Wrapped in Indonesia. 4(2).
- Kompas.com. (2025). Spotify Rilis Paket Langganan Baru di Indonesia Harga Jadi Lebih Mahal. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2025/11/16/19000027/spotify-rilis-paket-langganan-baru-di-indonesia-harga-jadi-lebih-mahal>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of marketing* (Nineteenth edition, global edition). Pearson.
- Kristiono, V., & Novita, S. (2024). Pengaruh Perubahan Tarif PPN terhadap Real Estate Purchase Intention dengan Lifestyle sebagai Variabel Moderasi: Pengaruh Perubahan Tarif PPN terhadap Real Estate Purchase Intention dengan Lifestyle sebagai Variabel Moderasi. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 11(1), 137–161. <https://doi.org/10.30656/jak.v11i1.7137>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Kurniawan, D. A. (2024). *Perilaku Konsumen dalam pemasaran*. Yayasan Putra Adi Dharma.
- Kuswanto, M. H. (2025). Pengaruh Peningkatan Tarif PPN atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Kepuasan Pengguna terhadap Keputusan Pembelian Paket Spotify Premium.
- Laporan Keuangan Spotify. (n.d.). Retrieved 25 February 2026, from <https://investors.spotify.com/financials/default.aspx#quarterly-results>
- Lutfiah, E., Pujianto, A., & Maruta, A. (2025). Pengaruh Perceived Price, Perceived Usefulness Dan Pemasaran Personalisasi Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Streaming Musik Spotify Premium Pada Gen Z di Wilayah Surabaya. *Journal of Sharia Economics Scholar*, 3. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.15874424>
- Madjid, R. (2024). *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)*. Deepublish.
- Maharani, S. (2025). Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 12% pada Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Literasi Perpajakan, dan Penggunaan E-Wallet terhadap Keputusan Pembelian Langganan Streaming Digital Spotify.
- Mardiasmo. (2023). *Perpajakan*. Penerbit Andi.
- Motha, A. (2025). E-Service Quality | College Hive. <https://notes.collegehive.in/books/digital-and-social-media-marketing/page/e-service-quality>
- Mulfachrizza, M., Bachri, N., & Biby, S. (2021). Pengaruh Baurah Pemasaran dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit Bank BRI dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Moderating. *J-MIND*

- (Jurnal Manajemen Indonesia), 6(1), 70–79. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4878>
- Mustika, S. N. (2021). Pengetahuan Atas Pengenaan PPN PMSE, Gaya Hidup Dan Minat Beli Produk Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Di Masa Pandemi.
- Nisaak, K., & Khasanah, U. (2022). Literature Review Pengaruh Tingkat Pendapatan, Perubahan Tarif Pajak Insentif Pajak dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 422–433. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.52>
- Nota II Keuangan dan RAPBN. (2024). Nota Keuangan beserta Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara.
- Nurhalizah, A., Asmara, M. G., & Minollah. (2023). Pengenaan Pajak Terhadap Netflix Sebagai Pelaku Usaha Luar Negeri Pasca Berlakunya Regulasi Terkait Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Pmse). *Jurnal Cahaya Mandalika* ISSN 2721-4796 (Online), 4(3), 1823–1834. <https://doi.org/10.36312/jcm.v4i3.2550>
- Nurlianah, N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Penjualan dan Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium.
- Papasratorn, B., Chutimaskul, W., Porkaew, K., & Vanijja, V. (2009). *Advances in Information Technology: Third International Conference, IAIT 2009, Bangkok, Thailand, December 1-5, 2009, Proceedings*. Springer Science & Business Media.
- Perpu No. 1 Tahun 2020. (n.d.). Database Peraturan | JDIH BPK. Retrieved 16 November 2025, from <http://peraturan.bpk.go.id/Details/135060/perpu-no-1-tahun-2020>
- Pramadani, F. A., & Hidayat, A. (2025). The Effect of E-Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction on Willingness to Pay Spotify Premium App in Indonesia. 04(01).
- Rahmah, A. N., & Sartika, I. (2025). Pengaruh Viralitas Campaign Spotify Wrapped Terhadap Fear Of Missing Out Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi Pada Gen Z.
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.Co Donuts and Coffee Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.4686>
- Ramadhani, A., Anggraini, D., & Pentiana, D. (2025). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai, Digital Marketing dan Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian Online pada E-Commerce di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung. 04(02).
- Ramadhinda, A., Manalu, S. R., & Pradekso, T. (2024). Pengaruh Persepsi terhadap ‘Spotify Wrapped’ dan Persepsi Keuntungan Premium terhadap Minat Berlangganan Spotify Premium. *Interaksi Online*, 12(4), 140–155. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/47030>
- Rodríguez, I. E. A., & Bolzmann, L. G. A. (2021). Lifestyle and Purchase Intention: The Moderating Role of Education in Bicultural Consumers. *Journal of*

- International Consumer Marketing, 35(1), 30–46.
<https://doi.org/10.1080/08961530.2021.2020702>
- Rojah, E. N., Zunaida, D., & Chanafi, A. (2025). Pengaruh E-Service Quality, Price Perception, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Spotify. 14(1).
- Sari, M. D., SE. (2023). Perilaku Konsumen. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Shresta, S. M. (2025). Spotify Wrapped di Indonesia: Melokalkan Kampanye Global Melalui Panggung Live. Campaign.
https://www.campaignindonesia.id/article/1944040?utm_source=website&utm_medium=social
- Sihotang, J. K. (2023). Pengaruh Brand Experience, E-Service Quality dan Online Advertising terhadap Keputusan Pembelian Berlangganan Premium Aplikasi Streaming Musik Spotify pada Masyarakat Lingkungan XI Kelurahan Tanjung Rejo Medan.
- Spotify. (n.d.). Apa itu Spotify? Spotify. Retrieved 9 December 2025, from <https://support.spotify.com/id-id/article/what-is-spotify/>
- Spotify. (2025, December 3). 2025 Wrapped Is Here With More Layers, Stories, and Connection Than Ever Before. Spotify.
<https://newsroom.spotify.com/2025-12-03/2025-wrapped-user-experience/>
- Start.io. (2024). Start.io | Spotify Music Users in Indonesia Audience.
https://www.start.io/audience/spotify-music-users-in-indonesia?utm_source=chatgpt.com
- Stefanni, C., & Damanik, F. A. (2026). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Moderasi pada Generasi Z. Jurnal Minfo Polgan, 15(1), 289–301.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v15i1.15935>
- Sugiyono, D. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam.
<https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan/article/view/55/32>
- Sutedi, A. (2022). Hukum Pajak. Sinar Grafika.
- Thifany, S. A., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Langganan Provider Musik. Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan, 2(2), 510–523.
<http://103.8.12.212:33180/unj/index.php/jbmk/article/view/30125>
- Trisnawati, R., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Gaya Hidup Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online Food Delivery di Masa Pandemi COVID-19.
- Undang-Undang No. 28 Tahun. (2007).
- UU No. 2 Tahun 2020. (n.d.). Database Peraturan | JDIH BPK. Retrieved 16 November 2025, from <http://peraturan.bpk.go.id/Details/137323/uu-no-2-tahun-2020>

- UU No. 28 Tahun 2007. (n.d.). Database Peraturan | JDIH BPK. Retrieved 16 November 2025, from <http://peraturan.bpk.go.id/Details/39916/uu-no-28-tahun-2007>
- Wandani, F., & Wijaya, S. (2023). Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi Digital Game Online Di Indonesia. *Educoretax*, 3(2), 89–102. <https://doi.org/10.54957/educoretax.v3i2.405>
- Wijaya, S., & Nirvana, A. P. (2021). Pajak Pertambahan Nilai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Studi Kasus Pt Shopee Internasional Indonesia). *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(3), 245–256. <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/article/view/1464>
- Xie, R., An, L., & Yasir, N. (2022). How Innovative Characteristics Influence Consumers' Intention to Purchase Electric Vehicle: A Moderating Role of Lifestyle. *Sustainability*, 14(8), 4467. <https://doi.org/10.3390/su14084467>
- Yonas Ferdinand Riwu, Sari Angriany Natonis, & Junita Cestilia Nenabu. (2024). Smart Consumer Purchasing Decisions: The Moderating Role of Lifestyle. *International Journal of Asian Business and Management*, 3(5), 639–650. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v3i5.11442>
- Yudawisastra, H. G., Bander, S. E., Mumu, S., Harinie, L. T., Ahmadi, Sastradinata, D. N., Muljono, B. E., Rahmadona, L., Simanjuntak, V. C., Siagian, H. S. P., Sastradinata, B. L. N., Titu, M. A., Astuti, N. C., Fauzi, F., & Firdaus, M. I. (2024). *Teori-Teori Perilaku Konsumen*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Zakaria, G. A. P., Pradekso, T., & Rahmiaji, L. R. (2024). The Influence Of Price Perception, Advertising Perception, Audio Quality Perception, Music Download Perception, And Unlimited Skip Perception On The Decision To Use Spotify Premium Application.