

## DAFTAR PUSTAKA

- Dhirtya, D. A. M. C., & Warmika, I. G. K. (2019). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Lazada Di Denpasar. *Tjybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66.
- Elistian, D. N., Andriana, D., & Widarti. (2024). Peran Spotify Dalam Pembentukan Identitas Diri Dan Ekspresi Gaya Hidup Gen Z Di Jakarta. *Media Komunikasi Efektif*, 1(2), 76–81. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Febriani, A., & Tiorida, E. (2019). *Pengaruh Perceived Value Spotify Premium Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada Mahasiswa Di Wilayah Bandung Raya )*. 1193–1203.
- Ginting, D. V., & Hasibuan, A. F. (2025). *The Influence Of Electronic Service Quality And Price Perception On Repurchase Intention With Customer Satisfaction As A Mediating Variable ( Research On Unimed Faculty Of Economics Students Who Use Spotify )*. 4(4), 682–695.
- Gunawan, M., Goenadhi, L., Daud, I., & Munawaroh, R. R. S. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium Banjarmasin Selatan. *Juma - Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 25(1), 63–74.
- Ghozali, I. (2021). Partial least squares: konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.2. 9 untuk penelitian empiris.
- Handryanto, F., & Setianingsih, R. E. (2021). *Aplikasi Streaming Musik Spotify Di Jakarta*.
- Harahap, D. S. D., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Product Differentiation Terhadap Repurchase Intention Pada Sepatu Compass. *Jurnal Education And Development*, 8(1), 399–402.
- Iwan, K., Santoso, S. B., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap

- Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 4(2), 20–29.  
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/view/4246>
- Luh, N., Kadeari, E., & Heryanda, K. K. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Layanan “ Music Spotify Premium ” Studi Kasus Pada Generasi Milenial Di Bali*. 9(2), 276–283.
- Luthfianto, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Heru Suprihhadi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6, 3.
- Ramadhinda, A., Manalu, S. R., & Pradekso, T. (2024). Persepsi Keuntungan Premium Terhadap Minat. *Pengaruh Persepsi Terhadap ‘Spotify Wrapped’ Dan Persepsi Keuntungan Premium Terhadap Minat Berlangganan Spotify Premium*, 12(4), 203–214. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/47030>
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati*. 5, 1–12.
- Shafwah, A. W., Nugeraha, P., Bisnis, I. A., & Lampung, U. (2025). *Analisis Faktor Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Pada Minat Beli Ulang Spotify Premium : Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Analysis Of Service Quality Factors And Price Perception On Spotify Premium Repurchase Intention : The Role Of Con*. 3, 175–187.
- Yanti Mayasari Ginting<sup>1</sup>, Elvera<sup>2</sup>, Novyandri Yuliany<sup>3</sup>, S. M. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Terhadap Spotify Premium Di Indonesia*. 6(2), 551–564.