

## DAFTAR RUJUKAN

- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Assael, Henry. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Edisi 3. Ohio : PWS Kent Publishing.
- Auliana, Febriani dan Ermina Trioda. 2019. “Pengaruh *Perceived Value Spotify* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa di Wilayah Bandung Raya)”. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*. Vol. 10. No. 1. ISSN-2654-8654. Hal. 4-7.
- Cindy dan M. R. Muliandi. 2020. “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi, Citra Merek, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Penggunaan Aplikasi *Airyrooms*)”. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 2. No. 9. ISSN- 2684-6853. Hal. 3-5.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler. 2014. *Business Research Methods*. Edisi 12. New York : McGraw Hill.
- Ferdinand, Agusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frendy. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Dua Puluh Lima*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovinda, Frista, H. Ridwan, dan P. Pusporini. 2020. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada *Tiket.com*”. *Prosiding BIEMA*. Vol. 1. No. 2. ISSN-2887-2795. Hal. 1-5.
- Holm, A. B. dan F. Gunzel Jensen. 2017. “*Succeeding With Freemium : Strategy For Implementations*”. *Journal Of Business Strategy*. Vol. 32. No. 2.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kunst, Alexander. 2020. Statista Insight : “*Digital Music Purchases in Indonesia 2020*” Tersedia pada : <http://www.statista.com/forecasts/823405/spending-money-on-digital-music-content-in-indonesia>. (diakses pada 20 Desember 2020).

- Manus, F. W. dan B. Lumanauw. 2015. "Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal EMBA*. Vol. 3. No. 2. ISSN-2303-1174. Hal. 2-4.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2012. *Consumer Behavior*. Edisi 5. Pearson : Prentice Hall.
- Pusparisha, Yosepha. 2021. "Layanan Musik Digital Kian Laku, Pengguna *Spotify* Terus Bertambah". Tersedia pada : <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/21/layanan-musik-digital-kian-laku-pengguna-spotify-terus-bertambah>. (diakses pada 20 Desember 2020).
- Pagestu, Wahyu. 2019. "Pengaruh Faktor Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Aplikasi *Streaming* Musik *Spotify* (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)". Skripsi. Riau. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Primantari, A. A. B. Dwi Agustini dan N. M. Purnami. 2017. "Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Taksi *Online Blue Bird*". *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*. Vol. 23. No. 2. ISSN 2301-8291. Hal. 6-8.
- Putri, Kadek. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui *Grabfood*". Skripsi. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Saputro, M. P. Eko. 2019. "Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian *Item* pada *Game Online PUBG Mobile*". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 2. No. 2. ISSN-2124-1584. Hal. 3-6.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie. L. Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : Indeks.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2016. *Research Method For Business : A Skill Building Approach*. Edisi 17. Chichester : Wiley.
- Setyarko, Yugi. 2016. "Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*". *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. Vol. 5. No. 2. ISSN-2252-6266. Hal. 1-5.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Spotify News Room*. 2020. "6 Features to 'Unwrap' in Your *Spotify* 2020 Wrapped". Tersedia pada : <http://newsroom.spotify.com/2020-12-01/6-features-to-unwrap-in-your-spotify-2020-wrapped>. (diakses pada 18 Desember 2020).

- Survei APJII*. 2020. “Laporan Survei Internet Indonesia APJII 2019-2020 (Q2)”. Tersedia pada : <https://www.apjii.or.id/survei/2020/laporan-survei-internet-apjii.pdf>. (diakses pada 25 November 2020).
- Saputra, I. P. A. Wiarga. 2019. “Perilaku Konsumen *Game Online* yang Dipengaruhi oleh Gaya Hidup, Kelompok Acuan dan Nilai Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Unila)”. Skripsi. Bandar Lampung. Universitas Lampung.
- Sutantri, Rahma N. 2019. “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan, Kelompok Referensi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Menggunakan Aplikasi *Tix.id* di Kota Pontianak”. *Jurnal Manajemen Update*. Vol. 8. No. 3. ISSN-2347-8065. Hal. 10-15.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Uqdi, A. Nabila dan A. Rachmi. 2018. “Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pemutar Musik *Online Spotify* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang)”. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 4. No. 1. ISSN :2407-374. Hal. 7- 11.
- Zebua, Ferdinand. 2018. “Laporan *Daily Social : Survei Layanan Streaming Musik 2018*”. Tersedia pada : <https://dailysocial.net/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018>. (diakses pada 5 November 2020).

