

DAFTAR PUSTAKA

- Al-AZZAM, A. F., & AL-MIZEED, K. (2021). The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
- Arifuddin, R. R., Kadir, A. R., & Kadir, N. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT.QBE GENERAL INSURANCE INDONESIA CABANG MAKASSAR. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*.
- Dewi, N. P., Imbayani, I. A., & Ribek, P. K. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI E-WORD OF MOUTH PADA GIVANDA STORE DENPASAR. *Jurnal Emas*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*.
- Hasan, V. A. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WILLINGNESS TO SUBSCRIBE: TELAAH PADA LAYANAN VIDEO ON DEMAND NETFLIX. *Ultima Management*.
- Islami, N. N., Wahyuni, S., & Tiara. (2020). The Effect of Digital Marketing on Organizational Performance Through Intellectual Capital and Perceived Quality in Micro, Small and Medium Enterprises. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*.
- Jenita, N. S. (2021). Pengaruh Lifestyle, Electronic Word Of Mouth, dan Brand Image Terhadap Willingness To Subscribe Pada Layanan Over The Top Netflix (Studi Pada Pengguna Netflix).
- Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP ORGANIZATIONAL PERFORMANCE DENGAN INTELLECTUAL CAPITAL DAN PERCEIVED QUALITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA INDUSTRI HOTEL BINTANG EMPAT DI JAWA TIMUR. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWom) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal. *Jurnal Computech dan Bisnis*.
- Lestaringati, S. I., Zarman, W., & Perdana, D. (t.thn.). PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI VIDEO ON DEMAND PADA JARINGAN LOKAL. *Majalah Ilmiah UNIKOM*.
- Nuseir, M. T. (2019). The impact of electronic word of mouth (e-WOM) on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries – a case of (UAE). *Journal of Islamic Marketing*.

- Purnama, M. P., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth di Sosial Media Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian PayTV Transvision Studi Kasus : Transvision Kota Bandung 2020. *e-Proceeding of Applied Science*.
- Putranti, H. R. (2015). ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), KEPUASAN KONSUMEN DAN PENGARUH LANGSUNG DAN TAK LANGSUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA MAHASISWA FEB UNTAG DI SEMARANG). *MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN*.
- Saleem, A. (2017). Influence of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention of Fashion Products on Social Networking Websites. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE BUKALAPAK.COM. *Jurnal Manajemen Magister*.
- Sharma, D., & Thakur, P. (2020). KAJIAN LITERATUR: MANAKAH YANG LEBIH EFEKTIF? TRADITIONAL WORD OF MOUTH ATAU ELECTRONIC WORD OF MOUTH. *International Journal of Advanced Science and Technology*.
- Spangler, T. (2021, April Rabu). *Variety*. Diambil kembali dari *Variety*: <https://variety.com/2021/digital/news/netflix-best-original-content-streaming-services-survey-1234951110/>
- Utami, D. B. (2019). Mengenal Indonesia Melalui Netflix Original Movie. *Jurnal Komunikasi*.
- Yulianton, H., Sutanto, F. A., & Hadiono, K. (2017). ANALISA ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA MEDIA SOSIAL TWITTER. *Jurnal DINAMIK*.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP MAYOUTFIT DI KOTA BANDUNG. *JURNAL LONTAR*.