

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2017). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- APJII. (2016). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Bulletin*.
- Ali, J. B., Saleh, P. F., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case Study at Online Meeting Platform. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 65-77.
- Avesina, A. F. (2019). Pengaruh Hubungan Pemasaran, Harga, dan Kualitas Pelayanan, terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Traveloka di Surabaya. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Perbanas Surabaya.
- Darmo, I. S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Purchase Intention dengan E-WOM dan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 1(2), 15-26.
- Dhingra, S., Gupta, S., & Bhatt, R.. (2020). A Study of Relationship Among Service Quality of E-Commerce Websites, Customer Satisfaction, and Purchase Intention. *International Journal of E-Business Research*, 6(3), 42-59.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hartono, J. (2018). *Strategi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Irawan, H. (2007). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Paradigma Baru Merebut Hati Pelanggan untuk Memenangkan Persaingan*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari & Administrasi Perkantoran*, 6(22), 248-257.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(X), 1-21.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. E. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung. *Jurnal Sosiohumanitas Universitas Telkom*, 20(2), 201-215.
- Peter, J. P., & Olson, J. (2005). *Consumer Behavior and Marketing Strategy Seventh Edition*. Mc Graw-Hill.
- Pudjiarti, S., Nurcahyati., & Ratnawati H. (2019). Hubungan E-Service Quality dan E-Loyalty dengan E-Satisfaction pada Konsumen Go-Jek dan Grab di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, 21(3), 237-246.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pembangunan Mereka plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53.
- Sethio, E. D., & Siagian, H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis AGORA*, 6(2).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundaram, V., Ramkumar, D., & Shankar, P. (2017). Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Empirical Study in India Online Business. *Article in KINERJA*, 21(1), 48-69.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Winarno, S. H. (2018). Faktor-faktor Penentu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Ooredoo. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 1(2), 1-7.
- Wirapraja, A., Aribowo, H., & Setyoadi, E. T. (2021). The Influence of E-Service Quality, and Customer Satisfaction On Go-Send Customer Loyalty In Surabaya. *Indonesian Journal of Information Systems*, 3(2), 128-137.
- <https://newsroom.Spotify.com/company-info/> yang diakses pada 5 April 2021.
- <https://bisnis.com/spotify-pemuncak-apple-dan-google-saling-sikut-di-bisnis-musik-streaming> yang diakses pada 20 April 2021
- <https://businessofapps.com/data/Spotify-statistics/1> yang diakses pada 7 Juli 2021.
- <https://cnbcindonesia.com/tech/20201127131429-37-205160/data-360-ribu-pengguna-Spotify-bocor-di-internet-punya-kamu> yang diakses pada 12 April 2021
- <https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/pandemi-spotify-catat-pendapatan-kuartal-i-2021-tumbuh> yang diakses pada 30 Juni 2021.

<https://idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/perkembangan-podcast-di-indonesia/1> yang diakses pada 5 Juni 2021

<https://ifpi.org/ifpi-issues-annual-global-music-report/> yang diakses pada 10 April 2021