

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Mohmad Sidek, M. H. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker Criterion Versus HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890(1).
- Adnan, A. F., & Putri, M. R. D. (2023). *Pertumbuhan Konsumsi Musik Daring di Indonesia Tinggi*. Antara . Diakses 20 Juni 2024, dari <https://www.antaranews.com/berita/3599094/pertumbuhan-konsumsi-musik-daring-di-indonesia-tinggi>
- Agista, F. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Layanan Streaming Netflix. *Journal Advancement Center for Finance and Accounting*, 2(03), 282–306.
- Agustin, N., & Amron. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1).
- Ain, N. (2024). *Dampak Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Koneksi Politik Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Infrastruktur di Indonesia*. Universitas Borneo Tarakan.
- APJII. (2024). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Diakses 1 Mei 2024, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Asmarantika, R. A., Magnus Prestianta, A., & Evita, N. (2022). Pola Konsumsi Media Digital dan Berita Online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118.
- Chaidir, T., Ro'is, I., & Jufri, A. (2021). Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Elastiitas (Jurnal Ekonomi Pembangunan)*, 3(1).
- Damayanti, R. W., & Handayani, M. (2023). Pengaruh Live Streaming Terhadap Customer Churn pada Tiktok Shop: A Stimulus-Organism-Response Framework. *Strata Business Review*, 1(2), 222–230.
- Dean, B. (2024). *Spotify User Stats (Updated March 2024)*. Backlinko. Diakses 25 April 2024, dari <https://backlinko.com/spotify-users>

- Dwi Imanita, N., & Aziz, F. (2023). Pengaruh Perceived Value Terhadap Minat Menggunakan Spotify Premium di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 317.
- Fadilah, M. N., Indriwan, N., Khoirunnisa, N., & Mulyantini, S. (2022). Review Faktor Penentu Keputusan Investasi Pada Generasi Z & Millennial. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 17–29.
- Farthurrozak. (2023). *Tidak Lebih Dari 1% Warga Indonesia Yang Langganan Streaming Musik*. Media Indonesia. Diakses 30 Juni 2024, dari <https://mediaindonesia.com/teknologi/592005/tidak-lebih-dari-1-warga-indonesia-yang-langgan-streaming-musik>
- Faulina, A., Surya Dewi, R., & Arif, E. (2021). Fenomena Online Shopping Sebagai Gaya Hidup dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(1), 46–59.
- Firdarini, K. C., & Prasetyo, A. S. (2020). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi dan Manajemen Modal Kerja Pelaku UMKM Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Umur Usaha Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Industri Kreatif di Yogyakarta). *Jurnal STIE Semarang*, 12.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.).
- Hakim, L. L., & Keni, K. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(3), 81–86.
- Iqbal, M. (2024). *Spotify Revenue and Usage Statistics (2024)*. Business of Apps. Diakses 29 Juni 2024, dari <https://www.businessofapps.com/data/spotify-statistics/>
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.
- Jogiyanto. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling : Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis* (1st ed.).
- Kandi, N. R., Hafiar, H., & Subekti, P. (2024). Faktor Pengaruh Penggunaan Teknologi Terhadap Niat dan Perilaku pada Penggunaan DANA. *Prologia*, 8(1).
- Kartika, D., Komariah, K., & Z, F. M. (2023). Analisis Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Intention to Subscribe Pada Layanan Video on Demand Viu. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(2), 403–413.
- Kim, H. W., Gupta, S., & Koh, J. (2011). Investigating the intention to purchase digital items in social networking communities: A customer value perspective. *Information and Management*, 48(6), 228–234.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran: Vol. 1* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds. 12). Penerbit Erlangga.

- Lombogia, S. J., Santoso, T., & Marchyta, N. K. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Penggunaan Layanan Langganan Aplikasi Streaming Musik Online Youtube Pada Generasi Milenial. *Agora*, 9(1).
- Mcfarlane, D. A. (2013). The Strategic Importance of Customer Value. *Atlantic Marketing Journal*, 2(1).
- Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik dengan SmartPLS II Analisis Statistik dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling*.
- Nafisyah, U., & Marsasi, E. G. (2023). The Role of Perceived Value And Perceived Trust To Optimize Repeat Purchase Intention Based On Mean-End Chain Theory In Generations Y And Z. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(4), 760–781.
- Nurhalim, A. D. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z dan Generasi Milenial di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 26–41.
- Nurmalia, G., Mutiasari Nur Wulan, & Zathu Restie Utamie. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Rekoginisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22–32.
- Pradana, W. D., & Bantam, D. J. (2023). Anteseden Dan Konsekuensi Kepercayaan Generasi Z Kepada Pemimpinnya Dalam Lingkungan Kerja Virtual. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA)*, 1(2).
- Purba, B. A. (2020). Estetika Musik Pada Generasi Milenial. *Ejournal Institut Agama Kristen Negeri Manado*.
- Rahmawati, H., & Driyan Pradana, W. (2024). Perilaku Pembelian Online Konsumen Produk Kosmetik: Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Celebrity Endorsements di DIY. *Jurnal Pijar*, 2(4).
- Rakhmayati, I. (2024). *Spotify Makin Mahal, Harga Langganan Naik Juli 2024 Jadi Segini*. CNBC Indonesia. Diakses 9 Juli 2024, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240604122646-37-543665/spotify-makin-mahal-harga-langganan-naik-juli-2024-jadi-segini>
- Reed, A. E., & Carstensen, L. L. (2012). The theory behind the age-related positivity effect. *Frontiers in Psychology*, 3.
- Romadhona, P. (2018). *Determinasi Perbedaan Nilai Perusahaan Publik Di Indonesia, Thailand, Dan Singapura Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Pemoderasi*. Universitas Pancasila.
- Safitri, K., & Sukmana, Y. (2023). *Perbedaan Perilaku Belanja Online: Gen Z FOMO, Milenial Lebih Stabil*. Kompas.Com. Diakses 19 Mei 2024, dari <https://money.kompas.com/read/2023/12/07/161758426/perbedaan-perilaku-belanja-online-gen-z-fomo-milenial-lebih-stabil>

- Sari, W. P., & Pradana, W. D. (2024). The Influence of Work Environment and Work discipline on The Performance of Employees of PDAM Madiun Regency. *Journal of Agriprecision & Social Impact*, 1(2).
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing.
- Schermelleh-Engel, K. (2003). *Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures*.
- Sikteubun, M. R., Dirgantara, I. M. B., & Nurdianasari, R. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Perceived Price, dan Perceived Value Terhadap Purchase Intentions Pada Produk Private Label. *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 343–354.
- Spotify. (2024). *Spotify Premium - Dapatkan Premium Individual*. Diakses 16 Maret 2024, dari <https://www.spotify.com/id-id/premium/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Suziana, Agriqisthi, & Akbar, L. A. (2024). Pengaruh Content Richness, Perceived Value dan Social Influence Terhadap Minat Berlangganan (Survey Pada Pengguna Aplikasi Vidio di Kota Padang). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 4(1), 79–93.
- Utami, M. A. T., & Astuti, M. E. (2023). Pengaruh Brand Image dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 7(2), 55–64.
- Viyani, A. O. (2023). *Modul Metodologi Penelitian Untuk Manajemen 2023*.
- Woodside, A. G., Golfetto, F., & Gibbert, M. (2008). Customer Value: Theory, Research, and Practice. *Advances in Business Marketing and Purchasing*, 14, 3–25.
- Yonathan, A. Z. (2024). *Ini Dia Rata-rata Pendapatan Gen Z, Ada Yang di Atas 10 Juta?* GoodStats. Diakses 15 Mei 2024, dari <https://data.goodstats.id/statistic/ini-dia-rata-rata-pendapatan-gen-z-ada-yang-di-atas-10-juta-QdAGg>
- Yudha, K. S. A., & Tricahyono, D. (2021). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Berlangganan Spotify Premium Pada Mahasiswa di Indonesia. *E-Proceedings of Management*, 8(4).