

DAFTAR PUSTAKA

- Adzimaturrehman, R., Wibowo, L. A., & Lisnawati. (2019). Ekspektasi Pelanggan Media Sosial: Brand Engagement dalam Mempertahankan Customer Loyalty. *Journal of Business Management Education*.
- Akbar, R. S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). KETAKUTAN AKAN KEHILANGAN MOMEN (FOMO) PADA REMAJA KOTA SAMARINDA. *Jurnal Psikologi*.
- Amalia, E. I. (2016). *Layanan Streaming Bikin Industri Musik Kembali Bergairah*. Diambil kembali dari <https://www.medcom.id/>: <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/0k886qWk-layanan-streaming-bikin-industri-musik-kembali-bergairah>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- APJII. (2024, February 07). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Diambil kembali dari APJII: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Aprilia, R., Komariah, K., & Norisanti, N. (2022). Analisis Pengaruh Brand Trust dan Brand Engagement Terhadap Brand Loyalty Produk Kosmetik (Survei Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik Maybelline di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*.
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. *Journal FEB*, 137.
- Baack, D., & Clow, K. E. (2018). *Integrated, Adversiting, Promotion and Marketing Communication*. Pearson Education.
- Bestari, N. P. (2023, Maret). *5 Alasan Warga Pilih Spotify daripada Apple Music, Setuju?* Diambil kembali dari CNBC Indonesia:

- <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230313154612-37-421245/5-alasan-warga-pilih-spotify-daripada-apple-music-setuju>
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (eWOM) DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *Administrasi Bisnis*.
- Curry, D. (2024). *Music App Report 2024*. Diambil kembali dari www.businessofapps.com: https://www.businessofapps.com/data/music-app-report?utm_source=music&utm_medium=click&utm_campaign=infogram
- Diwati, F., & Santoso, T. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Fadillah, R. (2021). ANALISIS ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM UPAYA MEMBENTUK BRAND IMAGE NETFLIX INDONESIA.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Indonesia: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF*. CV Pustaka Ilmu.
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., & Fauser, S. (2017). QSR brand value. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of interactive marketing*.
- Jauhari, S. S. (2023, Desember). *PHK 17% Karyawannya, Spotify Catat Hingga 574 Juta Pengguna Pada Kuartal III 2023*. Diambil kembali dari GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/sarahjauhari/phk-17-karyawannya-spotify-catat-hingga-574-juta-pengguna-pada-kuartal-iii-2023-dg0yx>
- Josi, G. P., Arindawati, W. A., & Nurkinan. (2020). Motif Penggunaan Aplikasi Musik Spotify pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi. *IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA*, 154.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. United States: Pearson Education.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 19.
- Laksimi, A. A., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Warunk Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis*.
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutaeon, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Kita Menulis.

- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahean, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Kita Menulis.
- Muhammad, N. (2023). *Pelanggan Spotify Premium Tembus 220 Juta Pengguna pada Kuartal II 2023*. Diambil kembali dari Databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pelanggan-spotify-premium-tembus-220-juta-pengguna-pada-kuartal-ii-2023>
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, & Untari, R. S. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jawa Timur: Umsida Press.
- Naurah, N. (2023). *Bukan Spotify, Youtube Music Juara Platform Musik yang Paling Sering Digunakan Masyarakat 2023*. Diambil kembali dari Goodstats: <https://goodstats.id/article/bukan-spotify-youtube-music-juarai-platform-musik-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-2023-o2Uyq>
- Netti, S. Y., & Irwansyah. (2020). Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial. *Journal Komunikasi*.
- Ningyastuti, W. R. (2022). FENOMENA FEAR OF MISSING OUT PADA GENERASI MILLENNIAL DALAM JEJARING SOSIAL MEDIA INSTAGRAM. *Jurnal Visi Komunikasi*.
- Nugroho. (2020). *7 Aplikasi Streaming Musik Terbaik 2020*. Diambil kembali dari www.gamebrott.com: <https://gamebrott.com/7-aplikasi-streaming-musik-terbaik-2020>
- Panorama, M., & Muhajirin. (2017). *PENDEKATAN PRAKTIS METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF*. Yogyakarta: Idea Press.
- Philip, L., Pradiani, T., & Fathorrahman. (2024). Influence Brand Experience, Viral Marketing and Brand Image to Brand Loyalty to Service Users Streaming Spotify in Indonesia. *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)*.
- Prastowo, K., Utomo, S., Dachi, A., & Yulianto, A. (2024). Peran E-Word Of Mouth dalam Memediasi Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kopi Tepi Lereng -Tangerang Selatan. *Senak Ombis*.
- Qurhtuby, M., Fahira, D. N., & Agustina, E. (2021). Digital Marketing Implementation: Implementasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tabusai*.
- Ramadhan, A. M., Karnay, S., & Amir, A. S. (2017). SOUND CLOUD SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF DISTRIBUSI KARYA MUSIK MUSISI INDIE KOTA MAKASSAR. *Komunikasi KAREBA*.
- Resty, D., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2023). Analisis Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial (Studi Kasus pada Instagram Kopi Lain Hati). *Jurnal Prologia*.
- Safitri, K., & Sukmana, Y. (2023, 12 7). *Perbedaan Perilaku Belanja Online: Gen Z FOMO, Milenial Lebih Stabil*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2023/12/07/161758426/perbedaan-perilaku-belanja-online-gen-z-fomo-milenial-lebih-stabil>

- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*.
- Salsabila, N. (2022). PERAN BRAND AUTHENTICITY PADA BRAND EQUITY MELALUI BRAND ENGAGEMENT DENGAN SELF CONGRUENCE SEBAGAI MODERASI (Kasus Pada Pengguna Merek Uniqlo di Indonesia).
- Santika, E. F. (2024). *Pengguna Musik Streaming Global Meningkat Pesat Sedekade Terakhir*. Diambil kembali dari Databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/10/pengguna-musik-streaming-global-meningkat-pesat-sedekade-terakhir>
- Smith, J. (2020). *The Power of Personalization in Digital Marketing*. Diambil kembali dari Marketing Profs.
- Spotify.com. (t.thn.). *What is Spotify*. Diambil kembali dari Spotify.com: <https://support.spotify.com/id-id/article/what-is-spotify/>
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*.
- Syahrani, M. A., & Simbolon, C. D. (2023, 12 22). *FOMO dan kecanduan ponsel pada gen Z*. Diambil kembali dari Alinea.id: <https://www.alinea.id/gaya-hidup/fomo-dan-kecanduan-ponsel-pada-gen-z-b2icx9PwQ>
- Walker, A. (2023). *HOW DOES SPOTIFY WRAPPED WORK?* Diambil kembali dari lighthouse labs: https://www.lighthouse-labs.ca.translate.goog/en/blog/how-does-spotify-wrapped-work?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc