

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence .2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta :Erlangga.
- Angell, R. S., & Perrine, L. (2013). Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Pusat Apresiasi Film Di Yogyakarta. *The South Central Bulletin*.
- Anggraini, Dewi, I., & Cahyono, Eko, K. (2019). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Anwar, M. L. K., & Widiartanto, W. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Pada Konsumen Laptop Asus Di Plasa Simpang Lima Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 822–828.
- Armstrong, K. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, Eleventh Edition. New York :Mc Graw Hill.
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Sales Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi TIX ID (Studi pada Pengguna Aplikasi TIX ID di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1055–1061.
- Djamaly, M. F., Djumarno, D., Astini, R., & Asih, D. (2023). Literature Review: Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Film Indonesia: Analisis Kepuasan Dan Niat Beli Penonton. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(3), 647–659.
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 266.
- Fadheel Djamaly, M. (2023). The Role Of Social Media In Generation Z Decision-Making Process To Watch Films In Cinemas under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. In *IOSR Journal of Economics and Finance*.
- Halim, B. J. (2020). The Influence Of Film Attractiveness And Electronic Word Of Mouth, Towards Intention To Visit Sumba: A Case Study Of Susah Sinyal Movie. *Research, Society and Development*, 9(9), e814998075.
- Hendrawan. (2023). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Niat Menonton Film Bioskop: Studi Kasus Kota Batam. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(1), 670–679.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen pemasaran (Jilid 1 13)*. Erlangga. Jakarta
- Latoki, L., Badjamal, F. A., Sakaria, M., Wahab, A., & Pagisi, E. W. I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Menonton di XXI Pada Palu Grand Mall Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 10(01), 27–34.
- Mardianto, D., & Handayani, D. (2022). Pengaruh Kualitas Film Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menonton (Studi Pada Penonton Bioskop Cinema XXI di Transmart Padang). *Media Eletronik*, 1(2), 116–123.
- Pramana, Dipta Parahita Setia. 2012. Studi Tentang Pengaruh Word of Mouth, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Film Nasional (Studi Pada Mahasiswa FEB Univeritas Diponegoro Semarang). *Skripsi. Semarang :Universitas Diponegoro*.
- Puspitalia, N., & Agustin, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menonton. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12), 1–15.
- Rajabiyantor, A., Bagus Nyoman Udayana, I., & Diansepti Maharani, B. (2022a). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menonton Film Di Bioskop (Studi pada Penonton Bioskop Yogyakarta). *Jurnal Cafetaria*, 3(2), 21–28.
- Ramadhany, V. A., & Illahi, A. K. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) di Media Sosial terhadap Keputusan Menonton pada Film Spider-Man. *Tuturlogi*, 3(2), 103.

- Ristauli Hutagaol, R. S., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772.
- Setiawati, W., Kosasih, K., & Ratnasari, I. (2021). Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Dan Promosi Terhadap Minat Menonton Film Indonesia Pada Bioskop Di Kota Karawang. *Journal for Management Student (JFMS)*, 1(2), 18-26..
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suheri, A., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 110–119.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Bayumedia, Yogyakarta.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573.
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT Di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).