

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis* (D. Prabantini (ed.); 1st ed.). Andi.
- Afrisia, R. S. (2024). *Jumlah Penonton Film Indonesia Tembus 60 Juta*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20240929001909-220-1149522/jumlah-penonton-film-indonesia-tembus-60-juta-jauh-ungguli-film-asing>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Angelina, N., & Supriyono. (2024). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA CUSTOMER CGV DI SURABAYA JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(3), 1703–1715.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Azahra, R. N. A. (2019). *ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MENONTON (Studi Kasus Penonton Bioskop CGV Cinemas Purwokerto)*. Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- BPS. (2025). Ekonomi Indonesia Tahun 2024 Tumbuh 5,03 Persen. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/05/2408/ekonomi-indonesia-tahun-2024-tumbuh-5-03-persen--c-to-c---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-5-02-persen--y-on-y---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-0-53-persen--q-to-q--.html>
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui

- Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2.6868>
- CGV. (2025). *Tentang CJ CGV Indonesia*. GCV. https://www.cgv.id/en/content/about_us
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan* (R. P. Setyanto (ed.); 1st ed.). CV Budi Utama.
- Dian, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BIOSKOP CINEMAS SUNTER MALL. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 99–113.
- Dwijantoro, D. dan S. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*, 4(2), 172–178.
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i2.24805>
- Ert, E., & Dewi, H. S. C. P. (2024). Analysis of the Influence of Customer Experience and Lifestyle on Unesa Students' Film Watching Decisions at the XXI Cinema Building in Surabaya. *International Journal of Emerging Research and Review*, 2(1), 000066. <https://doi.org/10.56707/ijer.v2i1.66>
- Esra Yuningsih L. Purba Siboro, R. T. Y. (2023). Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 152-162 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh promotion ,

- store atmosphere , dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh purchase. *Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 1(1), 152–162.
- Fatimah, F., Tyas, W. M., & Qomariah, N. (2023). *Retail Service, Customer Experience, dan Switching Barriers UMKM Ritel* (M. Suardi (ed.); 1st ed.). CV Azka Pustaka.
- Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. *Stanford University Press*.
- Filmindonesia.or.id. (2023). *Jumlah bioskop di Indonesia Berdasarkan Kelompok*. Filmindonesia.or.Id.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Qiara Media (ed.); Issue June). CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (2009). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. Mc Graw Hill.
- Ghozali, I. (2014). *STRUCTURAL EQUATION MODELING Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gremler, D. D., & Brown, S. W. (1996). *Service Loyalty: Its Nature, Importance, and Implications*.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty* (Y. Sumiharti, R. Medya, & W. C. Kristiaji (eds.)). Erlangga.
- Guiltinan, J. P., P. & M. (1997). *Marketing Management: Strategies and Programs* (6th ed.). McGraw-Hill Higher Education.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied*

Linguistics, 1(3), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>

- Hair, J. F., Hair, J. F., & Hair, J. F. (2010). *Multivariate data analysis*. Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Tomas, Christian, & Marko. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hardiyansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publlik (Edisi Revisi)*. Gava Media.
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1904>
- Hossain, M. A., dan Quaddus, M. (2012). Expectation–Confirmation Theory in Information System Research: A Review and Analysis. *Our Digital Society*, 1, 441–470.
- Kante, M., Chepken, C., & Oboko, R. (2018). Partial least square structural equation modellingâ’ use in information systems. *Kabarak Journal of Research & Innovation*, 6(1), 49–67. <https://doi.org/10.58216/kjri.v6i1.125>
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principles Of Marketing* (15th Ed).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kudadiri, D. R., & Astuti, S. R. T. (2024). Pengaruh Gamification Terhadap Purchase Decision Melalui Customer Experience Dan Customer Brand Engagement Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Alfagift Di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 77–88.
- Latif, L. L., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Brand

- Image Terhadap Purchase Decision. *EProceedings of Management*, 8(1), 209–241.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14359/14143>
- Lie, Y. F., Ria, A., & Panjaitan, S. (2024). *Pengaruh Customer Experience , Customer Satisfaction , dan Word of Mouth Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Tiket Bioskop*. 7(3), 713–722.
- Lyna, L., & Prasetyo, S. I. (2021). Pengaruh Website Quality, Customer Experience, dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Lazada di Kota Surakarta. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 53–63. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.133>
- Maharani, H. P., Aulia, J., Matondang, K. A., & Simamora, L. G. B. (2024). Literature Review: Pengaruh Diskon dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan Permintaan Konsumen. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 54–62.
- Makudza, F. (2021). Augmenting customer loyalty through customer experience management in the banking industry. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(3), 191–203. <https://doi.org/10.1108/JABES-01-2020-0007>
- Mardianto, D., Syahrial, & Deby Handayani. (2022). Pengaruh Kualitas Film Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menonton (Studi Pada Penonton Bioskop Cinema Xxi Di Transmart Padang). *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 116–123. <https://doi.org/10.54259/manabis.v1i2.929>
- Mccarthy, J., & Dame, N. (1960). *A MANAGERIAL Marketing*. 1960.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard Business Review*, 85(6), 137.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1),

- 36–47. <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.
- Mukalafitri, B., & Djamal, M. F. (2023). Pengaruh Brand Activation CGV Cinemas Melalui Instagram Terhadap Loyalitas Penonton Bioskop Di Masa Pandemi. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, V(2), 14.
- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology* (10th ed.). McGraw-Hill Higher Education.
- Ningsih, A. S., & Nurfarida, I. N. (2022). Efek kualitas layanan pada loyalitas pelanggan: peran mediasi kepuasan pelanggan. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6962>
- Nurjaya, N., Dutawaskita, N. I., Erlangga, H., Hastono, H., & Sunarsi, D. (2022). Pengaruh personal selling dan harga terhadap keputusan PT Lautan Surga di Jakarta. *Jurnal TADBIR PERADABAN*, 2(1), 80–92.
- Nurlela, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Membeli Tiket Bioskop Online Melalui Aplikasi Tix.Id Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 63–78. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.872>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedence and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33–44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>

- Purwanti, L., Nuzula Agustin, I., Lestari, M., & Nur Arafah, N. (2023). Analisa Pengaruh Promotion, Price, Brand Image, E-Wom, Product Quality Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Chatime Kota Batam. *Jurnal EK&BI*, 6, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v6i1.798>
- Rahayu. (2017). *Manage Customer Loyalty* (1st ed.). Universitas Prof. Moestopo.
- Rosyidi, M. A. Z., Muhtarom, A., & Khitam, M. C. (2023). Analisis Harga, Cita Rasa, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Usaha Wakhid Pentol (Metode Structural Equation Modeling (Sem) – Partial Least Square (Pls)). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol. 16, N(10.46306/jbbe.v16i1), : 2721-7213. 10.46306/jbbe.v16i1.300
- Saputra, G. G., Wardhana, A., & Sudirman, A. (2022). *Perilaku Konsumen* (Hartini (ed.); 1st ed.). CV Media Sains Indonesia.
- Satrio, S. (2024). Analisa Strategi Pemasaran Electronic Word of Mouth (E-Wom) Film “Agak Laen” dalam Menarik Minat Penonton. *Compediart*, 1(1), 35–43.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). *Consumer Behavior* (9th ed.). Pearson Education.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Setiadi, D., & Mustikasari, A. (2023). Pengaruh Loyalty Program terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome di Kota Bandung pada Tahun 2022 (Studi Kasus Pelanggan Prioritas atau High Value Customer PT Telkom Witel Bandung). *E-Proceeding of Applied Science*, 9(2), 641–648.
- Simanjuntak, P., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Holland Bakery di Kota Batam. *Management, Accounting, Economic and Business*, 1(2),

315–329.

- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran* (1st ed.). Center for Academic Publishing Service.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Edisi Terbaru*. Andi Publisher.
- Yuliana. (2004). Pengaruh Sikap pada Pindah Kerja, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control pada Intensi Pindah Kerja pada Pekerja Teknologi Informasi. *Phronesis: Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 6.