

Daftar Pustaka

- Alatan & Kunto. 2014. Pengaruh Film Marketing Mix Terhadap Kepuasan Audience untuk Menonton Sekuel Film 'X-Men: Days Of Future Past'. Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra.
- Alwi, dkk (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Aminuddin. 2004. *Pengantar Apresiasi Karya Sastra*. Bandung: Sinar Baru Algensindo Bandung
- Amirullah, Widayat. 2002. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang : CV. Cahaya Press.
- An-nuur, Setiawan Ridla. 2013. *Pengaruh Citra Film Indonesia Terhadap Keputusan Menonton (Survey Terhadap Penonton Film Indonesia di Bioskop Empire XXI Bandung)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Baso Jaya, Andi. *Menguak Biaya Promosi Warkop DKI Reborn*. 13 September 2016. (<https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/menguak-biaya-promosi-warkop-dki-reborn>.)
- Belch E George & Michale A Belch. 2007. *Advertising and Promotion. An Integrated Marketing communication perspective*. Newyork: Mcgraw-Hill/Irwin.
- Bismark, Irma Auliyah & Munandar, Jono M. 2016. *Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menonton Film di Bioskop (Studi Kasus Pada Film Filosofi Kopi)*. Institut Pertanian Bogor.
- Bobby Prasetya, Hendra. 2012. *Efektivitas Trailer Film Indonesia di YouTube Sebagai Dasar Keputusan Menonton Film di Bioskop (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2012)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Djaslim, Saladin. 2002, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian, Linda Karya*, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. (a). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV.
- Fensterwalder, J., Kuppelwieser, V.G., & de Villiers, M. 2012. *The Effect of Film Trailers on Shaping Consumer Expectations in the Entertainment Industry*. University of Canterbury. New Zealand.
- Frankel, J. & Wallen, N. 1993. *How to Design and Evaluate research in Education, (second edition)*. New York : McGraw-Hill Inc.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ke-3. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE UGM

- Haw Wei Yi, Ho Eileen, Lim Yee Ling, dan Wong Jia Wen. 2013. *The Effect of Trailer, Critics Review, Star Power and Word of Mouth Towards Decision Making on Movie Consumption*. University Tunku Abdul Rahman. Malaysia.
- Indriayu, Mintasih. 2009. *Ekonomi: Untuk SMA/MA Kelas X*. Solo: CV Teguh Karya.
- Kotler, Phillip. (2001). *Principle Of Marketing*. The 10th Edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- (2007). *Manajemen Pemasaran*, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan, buku kesatu, Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT. Indeks.
- (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 13. Terjemahan Bob Sabran. Penerbit Erlangga.
- Muchlisin. *Pengertian, Sejarah dan Unsur-unsur Film*. 14 Oktober 2012. <http://www.kajianpustaka.com/2012/10/pengertian-sejarah-dan-unsur-unsur>.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2007. *Teori Pengkajian Fiksi (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nazir (2010). *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Bogor. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Newsom, Doug., Judy Van Slyke Turk. Dean Kruckeberg. 2004. *This is PR; The Realities of Public Relations*. Kanada: Wadsworth
- Octivan (2017). *Pengaruh Media Promosi Online Youtube Terhadap Keputusan Audience Dalam Menonton Film di Kota Bandung (Studi Korelasional Trailer Film The Raid 2: Berandal)*. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Telkom.
- Pius, A., Al Barry, Dahlan & M., Partanto. 2001. *Kamus Ilmiah Populer*. Penerbit: Arkola, Surabaya.
- Pramana (2012). *Studi Tentang Pengaruh Word Of Mouth, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Film Nasional (Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Diponegoro Semarang)*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Pranoto (2013). *Analisis Pengaruh Metode Promosi Terhadap Minat Menonton (Studi Eksperimen Pada Trailer Film Habibie & Ainun)*. Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Purwoto, Agus & Wahyuni, Sri. 2009. *Modul Laboratorium Statistik*. Jakarta : ABFI Institut Perbanas
- Rangkuti (2009) *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, Leon & Kanuk (2008). *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiawan (2013). *Pengaruh Citra Film Indonesia Terhadap Keputusan Menonton. Survey terhadap penonton Film Indonesia di bioskop Empire XXI Bandung*. Manajemen (non kependidikan). Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2016). *Reserach Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- (2004). *Metode Penelitian*, Bandung : CV Alfa Beta.
- Suwarto Herlina, Dyna. 2016. *Analisis Segmentasi Penonton Bioskop Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tjiptono & Chandra (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.