

Daftar Pustaka

- Aisy, S. R. (2025). Pengaruh Perceived Value dan Brand Image terhadap Niat Beli Ulang pada Layanan Streaming Netflix.
- Andrologi, F. (2014). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND LOYALTY DAN DAMPAKNYA TERHADAP BRAND EQUITY.
- Anindyta, N. F. P. (2024). PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SENSATIA BOTANICALS TERHADAP BRAND AWARENESS.
- Arbania, V. S., & Jaswita, D. I. (2024, Januari). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan di Bioskop CGV Teras Kota. 4.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021, Maret). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. 4.
- Ar-Rayhan, A., & Sulistiani, S. (2024, September). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Bioskop Cinapolis Pluit Village. 1.
- Chen, Q. (2023). The Development Trends and Challenges of the Movie Industry in the New Media Era. 22.
- Damanik, M., Sembiring, B. K. F., Rini, E. S., & Hutagalung, A. Q. (2023, Desember). Pengaruh Brand Image, Experiential Marketing, Dan Product Quality Terhadap Customer Loyalty Merek Tropicana Slim Pada Premium Community.

- Elvira. (2016, Desember). Pengaruh Live Performance, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Penonton Sendratari Ramayana Prambanan. 2.
- Faradisa, N. A. (n.d.). PENGARUH KOMUNIKASI MEREK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK MELALUI MEDIA ONLINE TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA E-COMMERCE (Studi Kasus Pada Pengguna e-Commerce di FE UII).
- Fasolo, F. (2021). Experience as a competitive advantage in the movie theatre industry.
- Febriani, E., Rahmizal, M., & Aswan, K. (2022, Agustus 25). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. 4. <https://doi.org/10.38035/rj.v4i4>
- Febriani, E., Rahmizal, M., & Aswan, K. (2022, Agustus 25). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*.
- Gupta, S. (2020, May). The impact of brand value on brand competitiveness. 112.
- IMAX and Cinema XXI To Expand Partnership With 10 New IMAX with Laser Locations in Indonesia*. (n.d.). <https://cinema21.co.id/newsroom/imax-dan-cinema-xxi-perkuat-kerjasama-dengan-hadirkan-10-lokasi-baru-imax-with-laser-di-indonesia>
- IMAX Pengalaman menonton film paling inovatif di dunia*. (n.d.). <https://www.cinema21.co.id/id/products-services/cinema/imax>

Kamila, D. P. (2024). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN.

Kamilla, Z. N. (2024). Pengaruh Content Marketing Tiktok terhadap Minat Beli @Somethincofficial Melalui Brand Awareness. 6.

Lazuardi, M. I. (2023, Desember). THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION AND THE IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY OF HAIYUM COFFEE. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v7i4.11115>

Liliana, M. (2023, Maret). PENGARUH BRAND IMAGE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE BLIBLI.COM DI JAKARTA.

Mallar, R. S., & S.T, Y. T. (2023, Desember). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bioskop Cinepolis Plaza Medan Fair. 2.

Maranisya, U. (2023). Pengaruh Kualitas Penyelenggaraan Acara Musik Terhadap Kepuasan Penonton Konser NCT 127. 6.

Mardianto, D., Syahrial, & Handayani, D. (n.d.). PENGARUH KUALITAS FILM DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENONTON (Studi Pada Penonton Bioskop Cinema XXI di Transmart Padang).

Maruly, R. (2025, Agustus). Analisis Pengaruh Pelayanan Tim Acara terhadap Kepuasan Penonton Konser Musik di Provinsi Lampung. 02.

Maulidiah, E. P., Survival, & Budiantono, B. (2023, Maret). PENGARUH FASILITAS TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUASAN PELANGGAN.

Mishael, S. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERLENGKAPAN KOMPUTER MEREK REXUS.

Nurlan, F. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*.

Oliver, R. L. (1980). *Expectation Disconfirmation in Satisfaction* (Vol. 17).

Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*.

Paksiutov, G. D. (2021, June). Transformation of the Global Film Industry: Prospects for Asian Countries. *19*. 10.31278/1810-6374-2021-19-2-111-132

Pradipta, G. (2020, April). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI YANG COFFEE SINGARAJA.

Pradipta, Y. G. Y. (2020). DAMPAK BRAND IMAGE DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (STUDI PADA PENONTON BIOSKOP XXI DI SURABAYA). *8*.

Project Hail Mary. (n.d.). <https://www.imax.com/en/id/movie/project-hail-mary>

Putra, H. A., Iswanto, D., & Riskiyanto, R. (2014, October). SINEPLEKS IMAX DI SEMARANG DENGAN PENEKANAN DESAIN ARSITEKTUR POST MODERN. *3*.

- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014, Juli). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada pengguna LINE di Asia). *12*.
- Putri, & Dafiana, N. (2024). Pengaruh Brand Community dan Brand Image terhadap Customer Engagement Emina Cosmetics (Studi pada Konsumen Emina Cosmetics di Kota Medan).
- Rahmada, M. D. (2019). ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENONTON PADA AURORA CINEMAS KELAS EKSEKUTIF DI KOTA MALANG.
- Ramdani, N. A. (2020). Analisis Brand Image: Pada E-Commerce Tokopedia.
- Ridwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*.
- Rifai'i, D. K. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN*. UIN KHAS Press.
- Rofidah, R. A., & Krisnawati, W. (n.d.). Pengaruh Experiential Marketing, Service Quality, Brand Image, Price, dan Customer Expectations Terhadap Customer Satisfaction pada Bioskop XXI Gresik. *5*.
- Rofidah, R. A., & Krisnawati, W. (2024, Desember 12). Pengaruh Experiential Marketing, Service Quality, Brand Image, Price, dan Customer Expectations Terhadap Customer Satisfaction pada Bioskop XXI Gresik.
- Romaniuk, J. (2007). Evidence concerning the Importance of Perceived Brand Differentiation. *17*.

Santoso, S. (2010). *Statistik Nonparametrik*.

Saputra, A. R. (2023). PENGARUH KESADARAN MEREK KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN.

Sinaga, S. N. C., Shihab, M. S., & Syarfuan, K. (2013, September). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS: CINEMA XXI IMAX GANDARIA CITY, JAKARTA). *11*.

Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*.

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Tang, Z. g. (2020, August 25). The configurational influence mechanism of film consumption experience on customer satisfaction.

<https://doi.org/10.1002/cb.1862>

Ulun, M. B., Jannah, F., & Nadhiyah, F. (2021, Desember). FILM INDUSTRY AS PART OF GLOBAL CREATIVE INDUSTRY: LEARNING FROM INDONESIA.

Utomo, I. W. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda).

Visionary Filmmakers Choose IMAX. (n.d.). <https://www.imax.com/en/id/filmed-for-imax>

Wood, A. (2013, September 20). Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 10.1177/1354856513501414

The World's Most Immersive Movie Experience. (n.d.). <https://www.imax.com/en/id/the-imax-experience>

Yang, K., & Miller, G. (2008). *Handbook of research methods in public administration.*