

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, I., Susilawati, Y., Studi, P., Ekonomi, P., Siliwangi, U., & Tasikmalaya, K. (2022). *PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP APLIKASI PEMESANAN*. 2(5), 121–130.
- Affandi, M., Suherman, & Aditya, S. (2023). Efek Mediasi Brand Trust dalam Pengaruh Brand Imagedan E–Service Quality Terhadap Customer Loyalty Bukalapak. *Sinomika*, 1. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/731/592>
- Akmal, R. M., & Marliani, L. E. (2025). Peran Customer Satisfaction Dalam Memediasi Pengaruh Ease Of Usedan Trust terhadap Customer Loyalty pada Pengguna Aplikasi Kredivo. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 3433–3450.
- Ananda, S., & Lestari, U. D. (2025). Pengaruh Perceived Risk, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Social Influence Terhadap Intention To Use E-Wallet. *Jurnal Cendekian Ilmiah*, 5(1), 731–745.
- AndroidRank. (2025). *CGV Cinemas Indonesia*. https://www.androidrank.org/application/cgv_cinemas_indonesia/com.blitz.blitzandappl
- Anwar, M. S., Verawati, L., & Afiati, L. (2024). Relationship of Perceived Ease of Use, Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in E-Commerce: A Case Study of The Shopee Application. *The International Journal of Business Review*, 7(1), 16–27.
- Asnaniyah, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim. *Journal Of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 276–302.
- Atmojo, J. J. T., & Widodo, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty melalui E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com. *Jurnal Manajemen*, 13(1). <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/manajemen/article/view/5092>
- Azhar, H. B., Handayani, Y. I., & Rachmawati, L. (2025). Pengaruh Perceived Easy of Used dan Perceived Usefulness Melalui Kepuasan terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi SIPP Online BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 118–120.
- Bahri, S., & Rosandy, A. B. (2025). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P) dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *AJSH*, 5(2), 1808–1811.
- Berliana, C., & Sanaji. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Dan Commitment Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Jurnal*, 3. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/902/642>

- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research Methods Business*. <https://books.google.co.id/books?id=ikI6EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Christen, M., & Soberman, D. A. (2025). The second mover ' s market research dilemma. *Journal of Marketing Analytics*, 13(2), 552–569. <https://doi.org/10.1057/s41270-024-00320-3>
- Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. https://www.researchgate.net/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology
- Fadilah, L., Hasan, Z., Thifal, B., & Theresiawati. (2025). *Sistem Informasi Pemasaran Tiket Bioskop Berbasis Web Pada Platform CINIX*. 3(2), 24–36.
- Fauziah, N. A., & Soebiantoro, U. (2024). Pengaruh E - Service Quality terhadap E-Loyalty Tiket di Aplikasi Access by KAI Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11(1), 215–224.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*. <https://www.scribd.com/document/785893656/Ghozali-2021>
- Google Play Store. (2026). *CGV Cinemas Indonesia – Google Play Store*. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.blitz.blitzandappl>
- Halizah, S. N., Retnowati, E., Mail, D. D., Khayru, R. K., Ibrahim, & Issalillah, F. (2022). *Determinants of Customer Trust: A Study on Safety, Ease-of-use, and Perceived usefulness of Herbal Products of Kuku Bima Ener-G*. 2. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/view/266>
- Hansopaheluwakan, S. (2020). Analysis of e-service quality and website quality effect on e-customer loyalty through e-customer satisfaction (case study: Tokopedia). *Earth and Environmental Science*. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/794/1/012086/pdf>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A. J. U., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. https://books.google.co.id/books/about/Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif.html?hl=id&id=qijKEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Hasbi, M. Z. N. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dalam Meningkatkan Minat Pengguna Bank Syariah Indonesia*. 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.21927/jesi.3124.3483>
- Hermawan, N., & Andrew, R. (2025). Peran Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Kenyamanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi M-Tix. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(03), 988–996.
- Hilman, N. U., Rahayu, D. S., Lestari, N. A., & Syaiful, R. F. (2025). Membangun

- loyalitas pelanggan tokopedia peran Eservice Quality, Pervaived Value dan Customer Trust. *Manajemen, Jurnal Ekonomi*, 11(Mei), 25–40.
- Huda, M. H., & Kurniawati. (2024). Anteseden Dari Purchase Intention Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmiah MEA*, 8.
- Irhamni, M. A. F. (2024). *Jumlah Bioskop Masih Minim, Bagaimana Harapan untuk Perfilman Indonesia? - GoodStat*. https://goodstats.id/article/jumlah-bioskop-yang-masih-minim-harapan-untuk-perfilman-indonesia-UeaiX#google_vignette
- Kadir, S. A., & Roostika, R. (2024). The Effect Of Ease Of Use And Service Quality On Customer Loyalty With Satisfaction As An Intervening Variable. *Jurnal JIST*, 5(2), 552–567. <https://jist.publikasiindonesia.id/index.php/jist/article/view/849/1603>
- Kristanto, Y. A. (2025). Analysis of The Relationship between E-Service Quality, E-Satisfaction, and E-Loyalty in Indonesia E-Commerce Sector. *An Internasional Jurnal*, 3(3), 47–64. <https://journal.seb.co.id/ijebam/article/view/133/97>
- Kurniawan, S., & Tankoma, A. (2023). *The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Customer Trust and Loyalty in Online Food Delivery Service*. 14. <https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/8874>
- Kurniawati, N. D. A., & Hargyatni, T. (2025). *Pengaruh E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty*. 8(3), 770–779.
- Maharani, A. A. S., Swastika, I. P. A., & Astawa, N. L. P. N. S. P. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan Elektronik (E-SERVQUAL): Berfokus pada Website ZuBlu*. 12. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/KP/article/view/58346>
- Makbul, R. S., Lukitaningsih, A., & Ningrum, N. K. (2025). *Perceived ease of use dan perceived usefulness dalam loyalitas pelanggan : Efek mediasi customer satisfaction pada mahasiswa pengguna aplikasi Gojek di Yogyakarta*. 5(1), 161–177.
- Marketing Association American. (2021). *Definitions of Marketing*. Marketing Association American. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Martin, A. P., & Sihombing, S. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Aplikasi Mobile CGV Cinemas Indonesia Pada Pengguna Di Kota Medan Dengan Model Utaut 2*. <https://repository.mikroskil.ac.id/id/eprint/3673/>
- Miko, S., Irawan, R., Muji, R. T. S., & Dian, W. (2025). Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee. *IJMA*, 6(1). <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/article/download/5219/2740>

- Nabawi, M., & Maulana, A. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan E-Service Quality terhadap Repurchase Intention Tiket Online Platform Traveloka (Survei pada Followers Instagram Traveloka.id)*. 4. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/14478/9632>
- Ningsih, W., & Nailufar, N. (2021). *Sejarah Bioskop Indonesia*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/stori/read/2021/07/14/104424179/sejarah-bioskop-di-indonesia>
- Novianti, A. H. (2024). *Pengaruh e-Service Quality, Reputation, e-Trust, e-Satisfaction terhadap e-Customer Loyalty*. 20. <https://jisip.jurnaliisipjakarta.id/index.php/jisip/article/view/91>
- Nursani, R. (2022). No Islamic Work Ethics and Service Quality on Banking Performance at Bank Sumut Syariah Medan Branch. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 727–736. https://www.researchgate.net/publication/380298006_Islamic_Work_Ethics_and_Service_Quality_on_Banking_Performance_at_Bank_Sumut_Syariah_Medan_Branch
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi_Penelitian.pdf
- Prayunda, R. N. D., & Wardani, N. I. K. (2023). *Analysis Of E-Trust And E-Wom On E-Loyalty For Tokopedia Users In Surabaya Analisis E-Trust Dan E-Wom Terhadap E-Loyalty Pada Pengguna Tokopedia Di Surabaya*. 4(5), 5496–5507.
- PT Graha Layar Prima Tbk. (2025). *Annual Report 2025*. https://www.cgv.id/en/content/investor_relation
- Purwaningsih, E., Nurelasari, E., & Tamba, H. J. (2025). *Penerapan Metode Eucs Dalam Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Pelayanan Berbasis Aplikasi Pada Traveloka Dan Tiket.Com*. 9.
- Putra, D. N. G., & Raharjo, S. T. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan Pengguna, Kualitas Layanana, dan Persepsi Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(6), 1–15.
- Putri, I. L. A., Astri, M. F. A., Rachman, H. A., & Alam, M. D. A. (2024). *Sosialisasi Strategi Marketing Bisnis Melalui Media Sosial Tiktok*. 6(11).
- Putri, M. R., & Aprianingsih, A. (2024). The Impact Of Customer Satisfaction On Loyalty Of Goto: The Application Of Technology Adoption Model (TAM). *Indonesia Journal Og Business and Enterenuership*, 10. <https://journal.ipb.ac.id/ijbe/article/view/47611/27262>
- Rafliansyah, D., & Triwardhani. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap

- Loyalitas Pelanggan Spotify Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(02), 269–280.
<https://jurnal.uia.ac.id/index.php/Kinerja/article/download/3252/1765>
- Rahmawati, D. F. T., Rema, R. S. N., Amrizal, M., & Setiawan, I. (2024). *Analisis Kemudahan Pengguna Aplikasi Access BY KAI Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia*. 2.
<https://jurnal.nawansa.com/index.php/teknofile/article/view/492>
- Ramanta, T. H., Massie, J. D., & Soepeno, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel Di Cv. Karunia Meubel Tuminting. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 1018–1027.
- Riyadi, S. A., Suhud, U., & Usman, O. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Keuangan*, 4(1), 1–16.
- Salsabila, A., & Pudjoprastyono, H. (2025). *Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap repurchase intention pada pengguna tiket.com di Surabaya*. 10(1),
Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi.
<https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/11367>
- Sardi, I. A., Farhan, J., & Abidah, K. (2025). Late Adolescents' Acceptance of AI Chatbots on the Shoppe E-Marketplace. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 4.
<https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JUISI/article/view/1072/793>
- Sari, W. D. N., & Rahmidani, R. (2025). Pengaruh e-service quality terhadap custome loyalty dengan customer trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(3), 346–357.
- Sitorus, S. (2025). Cara beli tiket bioskop XXI lewat aplikasi dan website m.tix. *ANTARA*.
- Solin, N. F., Oktaviani, M., & Nurjanah, W. (2025). Aspek Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2).
<https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/3875/3464>
- Sugiono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*.
<https://www.scribd.com/document/729101674/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
<https://online.fliphtml5.com/cyqfr/jppo/#p=2>
- Suhairi, S., Irmawani, D., Aisah, M. N., Purba, S., & Nasution, A. M. (2023). *Peran Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen*. 1.
- Suroso, J. S., & Yosep, W. (2021). Analysis Of Factors Affecting Satisfaction And Loyalty Of Digital Loan Customer AT PT BANK XYZ. *Of Theoretical and Applied Information Technology*, 9.

<https://www.jatit.org/volumes/Vol99No11/10Vol99No11.pdf>

- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023a). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom*, 12(1), 36–44. <https://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/sisfokom/article/view/1593>
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023b). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom*, 12(1), 36–44. <https://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/sisfokom/article/view/1593/885>
- Tampubolon, M. (2023). *Metode Penelitian*. <http://repository.uki.ac.id/11609/1/MetodePenelitian.pdf>
- Tasrif, M., Setiawan, A., Sputro, E., & Kussudyarsana. (2023). *Application of The Technology Acceptance Model in Measuring Customer Satisfaction and Loyalty*. 3. <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/3428085>
- Wibisono, B. A. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Brand Image, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Travel Agency Tiket.Com. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(3), 196–211.
- Widhiarso, W. (2010). *Uji Linieritas Hubungan*.
- Wijastuti, R. D., Frisayanti, F., Waly, A. N., & Hasan, J. A. (2024a). Pengaruh Ease Of Usedan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention Tiket Bioskop Di Aplikasi Tix Id. *JMIE*, 1(4), 724–734. <https://journal.ppmi.web.id/index.php/jmie/article/view/901/643>
- Wijastuti, R. D., Frisayanti, F., Waly, N. A., & Hasan, J. A. (2024b). Pengaruh Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention Tiket Bioskop Di Aplikasi TIX Id. *Journal of Management and Innovation Entrepreneursip*, 1.
- Wuisang, S. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Poluan, J. G. (2024). Pengaruh Content Review Dan Trailer Movie Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Tiket Film Di Bioskop Cinema XXI Mantos I. *Jurnal EMBA*, 12(4), 384–394.
- Yulihapsari, I. U., Indrawan, R., Simarmata, J., & Zainal, M. (2025). Analysis of Customer Loyalty Influenced by E-Service Quality and Promotion through Consumer Satisfaction as Mediation Variable. *Ilomata International Journal Of Management*, 6, 1173–1188. <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/1579/893>