

DAFTAR PUSTAKA

- Abriansyah, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 115–123.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.483>
- Ajzen, I. (2012). 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)
- Al-swidi, A. K., Mohammed, S., & Huque, R. (2014). *The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption Article information : September*. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2013-0105>
- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Bagher, M., Larsson-Callerfelt, A. K., Rosmark, O., Hallgren, O., Bjermer, L., & Westergren-Thorsson, G. (2018). Mast cells and mast cell tryptase enhance migration of human lung fibroblasts through protease-activated receptor 2. *Cell Communication and Signaling*, 16(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12964-018-0269-3>
- Bancin, J. B., Damayanti, N. E., Aprilita, & Banurea, J. J. N. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Peran Mediasi Citra Merk di McDonald's Palangka Raya. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(4), 392–413. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i4.51251>
- BusinessInsight. (2024). *Cinema XXI (CNMA) Buka 75 Layar Bioskop di 2023, tahun Ini Tambah 100 Layar*.
- Coanto, V. V., Novaria, R., & Pujianto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Fasilitas terhadap Minat Beli Konsumen. (Studi Kasus Pada Kedai The Cowboy Burger Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(2). <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/2678>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112.

<https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>

- Daradjat, Z. (2012). *Ilmu Pendidikan Islam, Cet X*,. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*.
- Filmindonesia.or.id. (2017). *Perkembangan Jumlah Bioskop di Indonesia*. <http://filmindonesia.or.id/article/kaleidoskop-2017-bioskop-yang-belum-ramah-bagi-semuatahun-2017-bioskop-yang-belum-ramah-bagi-semua#.XqT8AGgzbD>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Fitriyasaki, A., Ryandini, E., & Tomy, T. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Layanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe BnD Surabaya. *Jurnal Eksekutif*, 19(2), 223–234.
- Garcia-Penalvo, F. J., Rector, R. R. O., Rodriguez-Conde, M. J., & Rodriguez-Garcia, N. (2020). The institutional decisions to support remote learning and teaching during the COVID-19 pandemic. *International Conference on Virtual Campus, JICV*, 3–5. <https://doi.org/10.1109/JICV51605.2020.9375683>
- Gholipour Soleimani, A., & Einolahzadeh, H. (2018). The influence of service quality on revisit intention: The mediating role of WOM and satisfaction (Case study: Guilan travel agencies). *Cogent Social Sciences*, 4(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1560651>
- Ghozali. (2018). *Stie Indonesia. Bab III Metoda Penelitian*, 1–9.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hakiki, S. D., & Surono. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bakmitopia Di Green Pramuka Square. *Human Capital Development*, 9(2), 1–16.
- Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 20(2), 1–7.
- Imalia, I., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Jayanti, K. F., Fatimah, F., & Izudin, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa

- Pengiriman Barang Jne Di Besuki. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 182–191. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.530>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Leksono, A. W., Pamungkas, A. D., Suprpto, H. A., & Anggresta, V. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Omzet Penjualan pada UD Arida Tirta. *Focus*, 3(2), 122–128. <https://doi.org/10.37010/fcs.v3i2.849>
- Memah, D., Tumbel, A., & Rate, P. Van. (2015). Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citraland Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1263–1273.
- Metodologi Penelitian Bisnis*. (n.d.). Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Mukhadis. (2016). *Metodologi penelitian kuantitatif*.
- Munthe, R., & Peranginangin, A. M. (2021). The Effect of Service Quality and Facilities on Purchasing Decisions at UD. Bintang Petani Jaya in Pematangsiantar. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2474–2487. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1951>
- Ningrum, A. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Putera Karyasindo Prakarsa*.
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>
- Octafilia, Y., & Wijaya, A. (2020). Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan Karoke Keluarga di Kota Pekanbaru. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.16>
- Pangenggar, G., Wahyu Hidayat, & Nurseto, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen "Warkop Tunjang Cafe And Restaurant Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 5(1), 155–163.
- Pengaruh,), Produk, K., Pelayanan, K., Terhadap, D. P., Pembelian, K., & Green, B. (2022). Septian IDamar IHakiki. *MELATI: Jurnal Media Komunikasi Ilmu*

Ekonomi, 38(2), 1–16.

- Rianto, M. H. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Variabel Minat Beli Pada (Studi Perbandingan Goro Assalam dan Hypermart). In *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Royantah. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Pada Konsumen Daya Motor Di Kota Prabumulih*.
- Rumiyati, I., Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2022). Pengaruh Service Quality Dan Facilities Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Trans Jogja di Kota Yogyakarta). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 2013–2021. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2040>
- Steven. (2022). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi)*. Jawa Tengah : Eureka Media Aksara.
- Subroto, S. (2010). *Dasar-Dasar Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor : IN Media.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- thejakartapost.com. (2014). *Cinema, candidates & would-be presidents*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction (3rd ed.)*. CV Andi Offset.
- Valentine, L., Fadhillah, S. A., Sucipto, H., Akbar NPD Wahana, & Sholeha, A. (2023). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 425–443. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/1308%0Ahttps://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/download/1308/1173>
- Wahyuni, S., Rahayu, T., Distinarista, H., Wuriningsih, A. Y., & Nofitasari, S. D. (2019). Spiritual intervention and thermal stimulation in pregnant women with back pain. *Journal of Public Health Research & Development*, 10(8), 2746–2750. <https://doi.org/10.5958/0976-5506.2019.02286.1>
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal*

- Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>
- Wibisono, G. R., & Waluyo, H. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Management and Accounting Expose*, 4(2), 1–7. <https://doi.org/10.36441/mae.v4i2.372>
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172–186. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.172-186>
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13.
- Wijaya, A., Simarmata, H. M. P., Chandra, E., Fahri, M. I., & Sisca, S. (2021). Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Word of Mouth Sebagai Pemediasi Pada Publik Kopi Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 175–184. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v9i2.356>
- Zulkarnaini, Suhardi, Y., Burda, A., Darmawan, A., & Sasmitha. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kedai Kopi Nikmat Rawamangun). *Jurnal Manajemen STEI*, 6(1), 1–8.