

DAFTAR PUSTAKA

- Agribisnis. (2018). Industri Kreatif. Diambil 5 Maret 2020, dari Agribisnis website: <https://agribisnis.co.id/industri-kreatif/>
- Bekraf. (2016). Regulasi untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif. Diambil 5 Maret 2020, dari Bekraf (Badan Ekonomi kreatif) website: <https://www.bekraf.go.id/berita/page/8/regulasi-untuk-mendukung-pengembangan-ekonomi-kreatif>
- Bekraf. (2019). Analisis Data Kajian Pemandangan Umum Industri Film 2019. Diambil dari BEKRAF (Badan Ekonomi kreatif) website: <https://www.bekraf.go.id/pustaka/page/pemandangan-umum-industri-film-indonesia-2019>
- CNBC. (2020). IndoXXI Tutup. Diambil 12 Maret 2020, dari CNBC Indonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200119110918-37-131051/indoxxi-tutup-deretan-streaming-film-gratis-ini-bisa-dicoba>
- CNN. (2019). Jumlah Layar Bioskop Indonesia Mulai Kejar Korea Selatan. Diambil dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190516152929-220-395469/jumlah-layar-bioskop-indonesia-mulai-kejar-korea-selatan>
- Databoks. (2019). Bekraf Targetkan Penonton Bioskop 2019 Tumbuh 15%. Diambil 11 Maret 2020, dari Databoks katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/25/bekraf-targetkan-penonton-bioskop-2019-tumbuh-15>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Diambil dari [https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ&pg=PA84&dq=data+primer++metodologi+penelitian&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwimvduB64roAhX07XMBHZZVBLgQ6AEISjAE#v=onepage&q=data primer metodologi penelitian&f=false](https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ&pg=PA84&dq=data+primer++metodologi+penelitian&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwimvduB64roAhX07XMBHZZVBLgQ6AEISjAE#v=onepage&q=data%20primer%20metodologi%20penelitian&f=false)
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Malang: UB Press.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajat, Nurahma, et. al. (2008). Pedoman Penulisan karya Ilmiah
- Hasanah, N., Nugroho, L. E., & Nugroho, E. (2016). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. *Scientific Journal of Informatics*, 2(2), 99. <https://doi.org/10.15294/sji.v2i2.5075>

- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis (Pertama)*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Principles Of Marketing*.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian*. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=1s-EDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Makna*. Jakarta: Kencana.
- Media Indonesia. (2019). Pembelian Tiket Bioskop Online Terus Meningkat Tiap Tahun. Diambil dari [mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com/read/detail/271701-pembelian-tiket-bioskop-online-terus-meningkat-tiap-tahun) website: <https://mediaindonesia.com/read/detail/271701-pembelian-tiket-bioskop-online-terus-meningkat-tiap-tahun>
- merdeka.com. (2018). Home Bisnis Ekonomi Keluar dari Daftar Negatif, Bos Bekraf Ingin Investasi Sektor Film Meningkat. Diambil dari Merdeka.com website: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3643050/keluar-dari-daftar-negatif-bos-bekraf-ingin-investasi-sektor-film-meningkat>
- Miklosik, A. (2015). Changes in purchasing decision-making process of consumers in the digital era. *European Journal of Science and Theology*, 11(6), 167–176.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu (V)*. Jakarta: Kencana.
- Nielsen. (2020). Belanja Iklan 2019 Ditutup Dengan Tren Positif. Diambil dari <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/belanja-iklan-2019-ditutup-dengan-tren-positif/>
- Payadna, I. P. A. A., & Jayantika, I. G. A. N. T. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=NaCHDwAAQBAJ&pg=PA75&dq=uji+hipotesis+t-test&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjEsv-4s8TpAhWLXSsKHSuyB94Q6AEIKDAA#v=onepage&q=uji hipotesis t-test&f=false>
- Play Store. (2020). Tix ID. Diambil 12 Maret 2020, dari Play Store website: <https://play.google.com/store/apps/details?id=id.tix.android&hl=en>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra, Ed.). Surabaya: Zifatama Publishing.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat* (I; I. Adwitya, Ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Diambil dari https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ&pg=PA94&dq=uji+linearitas+test+linearity&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjJhd_L8sHpAhV7

7XMBHRy4BxIQ6AEISTAD#v=onepage&q=uji linearitas test
linearity&f=false

Rachmadhania, N., Wilopo, W., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara Ke DKI Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 46(1), 210–217.

Rahayu, S. M., Ramadhanti, W., & Widodo, T. M. (2018). *Analisis Pengaruh Gender Direksi dan Komisaris, Manajemen Laba, Serta Kinerja Perusahaan Terhadap Kompensasi Manajemen Puncak di Asean*. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=n-mEDwAAQBAJ&pg=PA45&dq=cronbach+alpha+0,6&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwujv6zX6MHPAhVUVH0KHUa1Cm0Q6AEIMjAB#v=onepage&q=cronbach+alpha+0%2C6&f=false>

Ramdayani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Efektivitas Iklan Situs Jual-Beli Online Bukalapak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut STIAM Jakarta Kampus Bekasi B). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(3), 209–222.

Rangkuti, F. (2015). *Riset Pemasaran*. Jakarta.

Redjeki, D. P. S., & Heridiansyah, J. (2016). Pengaruh Efektivitas Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Bagi mahasiswa STIE Semarang. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 11(2), 71–89. Diambil dari <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/747408>

Riduwan, & Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis* (Akdon, Ed.). Bandung: Alfabeta.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=rumus+slovin&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwioi7jv243pAhVDjeYKHdejDXkQ6AEIMDAB#v=onepage&q=rumus+slovin&f=false>

Rizan, M., Handayani, K. L., & Prabumenang, A. K. R. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.07>

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. *Undang Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang perfliman.*, (2009).

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. *Perpres Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif.*, (2018).

Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, 1–9. Diambil dari <https://core.ac.uk/download/pdf/87779963.pdf>

- Sudjatmoko. (2015). *Leader Transformational*. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=kkOFDwAAQBAJ&pg=PA57&dq=uji+hipotesis+parsial&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjHn8WXs8TpAhVEaCsKH WmSBkAQ6AEIRTAD#v=onepage&q=uji hipotesis parsial&f=false>
- Tempo. (2018). Jumlah bioskop 2017. Diambil dari <https://data.tempo.co/read/110/jumlah-bioskop-di-indonesia-pada-2017>
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Digital Indonesia 2020. In *Global Digital Insights*. <https://doi.org/https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Yet, S., & Ginting, P. (2013). Analisis Efektivitas Iklan TV Sirup Markisa Dengan Pendekatan EPIC Model PT. Majujaya Pohon Pinang Pada Konsumen Swalayan Macam Yaohan Merak Jingga Medan. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 9(1), 16–32.