

PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS BLITZMEGAPLEX PARIS VAN JAVA BANDUNG TAHUN 2012)

Rayi Cita Dinindra¹, Indira Rachmawati², St³

¹Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom

¹rayicita@gmail.com

Abstrak

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi berbagai kualitas, baik jasa maupun produk. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu Tangibles, Empathy, Assurance, Reliability dan Responsiveness. Penelitian ini meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang menikmati layanan di Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung Tahun 2012. Sampel dalam penelitian ini adalah 385 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode nonprobability sampling jenis convenience sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan Blitzmegaplex Baik sebesar 71,39%. Kemudian, kepuasan pelanggan mendapat persentase sebesar 71,62%, berarti pelanggan mengalami kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan Blitzmegaplex dengan Baik. Secara simultan pemulihan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung, dan berdasarkan Adjusted R², variabel dependen (kepuasan pelanggan) dapat dijelaskan oleh variabel independen (kualitas pelayanan) sebesar 58,6%, sedangkan sisanya 41,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Sedangkan secara parsial, Reliability memiliki pengaruh terbesar yaitu sebesar 26,9% terhadap kepuasan pelanggan dan Tangible berpengaruh paling rendah yaitu sebesar 16,0%. Kata Kunci : pelayanan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Telkom
University

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Graha Layar Prima (Blitzmegaplex) merupakan perusahaan di bidang hiburan (*entertainment*) dengan format layar lebar yang memberikan konsep unik bukan hanya sekedar menawarkan layar bioskop sebagai sarana hiburan saja (<http://ciptagemilang.net>). Blitzmegaplex hadir ditengah masyarakat sebagai *one entertainment centre* yang memberikan layanan yang unggul untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan, tidak hanya menawarkan kenyamanan & *quality of service* namun juga memberikan pengalaman yang berbeda lebih dari sekedar menonton film.

Blitzmegaplex adalah jaringan bioskop dengan konsep yang mampu memberikan pengalaman yang berbeda saat menonton film. Blitzmegaplex hadir dengan minimal 8 layar di setiap lokasi bioskop. Jumlah layar yang banyak tersebut memberikan kesempatan untuk menonton berbagai macam genre film, bukan hanya film-film Hollywood, namun juga Film Festiva, *Arthouse*, Film India, Animasi dan berbagai film yang berasal dari seluruh dunia dengan berbagai bahasa (<http://www.blitzmegaplex.com>).

Blitzmegaplex yang memiliki konsep '*beyond movies*' merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang *one stop entertainment*, dimana perusahaan tersebut memberikan layanan pemutaran film baik luar negeri maupun dalam negeri (Asia, Eropa, Amerika, film independen dari Indonesia dan luar negeri). Selain itu juga menawarkan fasilitas-fasilitas entertainment lainnya yakni *music performances*, *DJ performance*, *karaoke*, *café*, *pool area*, *gaming area WII* dan *X-BOX*,

function room, event hosting capability, fine-dining restaurant, digital music stores, merchandise store, dan snack bar (Hartanti, 2009:3).

Blitzmegaplex adalah salah satu bioskop di Indonesia yang memberikan pengalaman kepada konsumennya dengan karakteristik sebagai berikut, yaitu (www.blitzmegaplex.com):

1. Menawarkan minimal 8 layar di setiap lokasi , dilengkapi dengan teknologi terbaik.
2. Lebih banyak pilihan film: mulai dari film-film Hollywood, *world cinema, festival & arthouse productions*, film Indonesia, film Indie, film Hindi, Anime dan bioskop Asia.
3. Dengan konsep “*beyond movies*” menyediakan fasilitas restoran/kafe, *live music performances*, blitzGameSphere, *pool*, karaoke, ruang serbaguna, area WiFi, dan blitzShope.
4. Melakukan promosi yang kreatif dan inovatif dan layanan yang berkualitas untuk mempertahankan daya tariknya kepada pelanggan.

Inovasi yang selalu dilakukan Blitzmegaplex telah berhasil mendapatkan pengakuan dari masyarakat luas melalui penghargaan yang diterima, diantaranya:

1. Blitzmegaplex menerima penghargaan dari (Museum Rekor Indonesia) sebagai "bioskop terbesar di Indonesia" pada tahun 2007.
2. Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung memecahkan rekor 1.000.000 penonton dalam waktu hanya setahun setelah diluncurkan pada bulan Oktober 2006.

3. Blitzmegaplex Grand Indonesia meraih rekor 10.600 penonton dalam satu hari pada bulan Juni 2007.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Persaingan di industri penyedia jasa hiburan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing, yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dalam usaha untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggannya karena pelanggan merupakan kunci utama dalam keberhasilan suatu perusahaan (Hartanti, 2009:1). Faktor terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memperhatikan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada pelayanan yang diterimanya. Pelanggan yang puas akan mencari atau membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Sebaliknya, apabila pelanggan tidak puas, mereka akan beralih ke produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing dan hal itu akan berdampak buruk bagi kelangsungan hidup perusahaan (Hartanti, 2009:2). Menurut Kotler (2007:179) pengukuran terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya. Apabila pelanggan tidak puas, maka pelanggan kecewa dan berakibat pada menurunnya tingkat penjualan. Untuk itu perlu diketahui faktor-faktor penyebabnya dan selanjutnya dilakukan perbaikan dan perubahan. Dengan semakin banyaknya pelanggan yang meninggalkan perusahaan dan beralih ke perusahaan pesaing, maka akan menyebabkan menurunnya tingkat penjualan perusahaan.

Persaingan dalam bisnis *entertainment* ditandai dengan semakin maraknya penyedia fasilitas-fasilitas *entertainment* seperti bioskop, *café*, *lounge*, *restaurant*, tempat karaoke, dll (Hartanti, 2009:3). Kebutuhan akan hiburan yang tinggi, menuntut industri penyedia jasa hiburan untuk berlomba-lomba menjadi yang terbaik diantara pesaingnya-pesaingnya. Mereka dituntut untuk menyediakan pelayanan yang berkualitas agar tetap bisa bertahan ditengah persaingan. Tanpa adanya strategi yang tepat untuk memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memuaskan pelanggannya, sulit untuk dapat bersaing meraih pangsa pasar yang sebesar-besarnya.

Pada dasarnya semua bioskop konsepnya adalah *Cineplex*. *Cineplex* merupakan singkatan dari *cinema complex*, yang perwujudannya berupa satu bioskop dengan beberapa ruang pertunjukan atau layar, sehingga dapat menayangkan beberapa judul film dalam waktu bersamaan, artinya memberikan alternatif kepada penonton untuk memilih film berdasarkan selera masing-masing (Vandalas, 2007:2). Pelopor jaringan *Cineplex* di Indonesia adalah bioskop XXI yang merupakan *Cineplex* 21 group. Kehadiran Blitzmegaplex menghilangkan kesan monopoli yang terjadi dalam jaringan bisnis bioskop di Indonesia karena hanya ada 21 group yang sebelumnya telah lebih dahulu sukses dalam pasar *cinema* (<http://filmindonesia.or.id/support>). Kehadiran Blitzmegaplex di jaringan bisnis bioskop di Indonesia mengubah kondisi pasar yang sebelumnya bersifat monopoli menjadi oligopoli. Menurut Sukirno (2008:314), pasar oligopoli adalah pasar yang terdiri dari beberapa produsen saja. Adakalanya pasar oligopoli terdiri dari dua perusahaan saja dan pasar itu dinamakan pasar duopoli.

Industri film di Indonesia terdiri dari subsektor produksi, subsektor distribusi dan subsektor eksibisi. Pada subsektor eksibisi, dua pemain utama adalah kelompok 21 dan kelompok Blitzmegaplex, namun subsektor distribusi dikuasai berbagai perusahaan yang konon masih terafiliasi dengan pemilik kelompok 21 (<http://www.tempo.co>). Hal ini menjadi tantangan Blitzmegaplex sebagai pemain industri eksibisi film di Indonesia karena beberapa subsektor industri film sebagian besar dikuasai oleh kelompok 21 atau biasa di sebut dengan 21 group.

Di tengah persaingan industri bioskop Indonesia khususnya kota Bandung, Blitzmegaplex menunjukkan adanya beberapa kelemahan yaitu minimnya lokasi bioskop dan kendala masuknya beberapa *box office movie*. Hasil pengamatan dari (www.boxofficemojo.com) dan (www.blitzmegaplex.com) tahun 2012, terdapat beberapa *top box office movie* yang tidak ditayangkan di Blitzmegaplex antara lain The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 1 & Part 2, The Iron Lady, Born to be Wild, Project X, Undefeated, The Hunger Games, SAFE, 50/50, dll. Hal tersebut menimbulkan kesan monopoli pasar oleh 21 group dikarenakan ketidakmampuan Blitzmegaplex menghadirkan film-film di layar bioskop mereka. Dengan hanya mengandalkan 66 layar di tujuh lokasi bioskop, Blitz tertatih-tatih berhadapan dengan Grup 21Cineplex, yang memiliki 500-an layar dan mendominasi jaringan distribusi film impor (<http://www.tempo.co>). Ketidakmampuan Blitzmegaplex dalam menghadirkan film-film *top box office movie* tersebut dapat membuat pelanggan Blitzmegaplex beralih ke bioskop 21 group dan mengakibatkan penurunan laba perusahaan. Kondisi Blitz berdarah karena terus meruginya beberapa bioskop. Belum lagi utang Graha Layar Prima kepada Quvat Management Pte Ltd, pengelola dana investasi di Singapura yang mengucurkan dana sekitar Rp 250 miliar

agar Blitz berdiri, belum lunas (<http://www.tempo.co>). Apabila masalah yang terjadi di Blitzmegaplex terus dibiarkan maka akan membawa dampak yang buruk terhadap keberlangsungan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan keinginan peneliti untuk mengetahui lebih mendalam mengenai kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pelanggan, Skripsi ini mencoba mengungkapkan permasalahan mengenai kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung.

1.3 Perumusan Masalah

Pokok permasalahan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan Blitzmegaplex?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Blitzmegaplex?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Blitzmegaplex?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki dua tujuan, yaitu :

1. Mengidentifikasi tingkat kualitas pelayanan Blitzmegaplex.
2. Mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan Blitzmegaplex.
3. Mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Blitzmegaplex.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dilihat dari aspek teoritis dan aspek praktis.

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan pengetahuan Peneliti mengenai variabel-variabel dalam pengukuran kualitas pelayanan (*service quality*) Blitzmegaplex terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam memperdalam pengetahuan dan menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari baik dari perkuliahan maupun dari pembelajaran dari berbagai literatur.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan pada penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang dilakukannya penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian yang diperoleh dengan melakukan studi kepustakaan melalui pengumpulan data sekunder. Selain itu penulis akan memberikan gambaran tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang akan digunakan untuk menggambarkan masalah penelitian sehingga akan sampai pada kesimpulan penelitian, hipotesis penelitian, serta ruang lingkup penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian meliputi uraian tentang jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil pengolahan dan analisis data primer yang berhasil dikumpulkan, sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai jawaban atas masalah dan tujuan penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, peneliti juga akan memberikan saran-saran kepada Blitzmegaplex dan pihak lainnya agar dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan Blitzmegaplex dinilai **Baik/Tinggi** oleh responden selaku pelanggan Blitzmegaplex sebesar 71,27%. Hal ini menunjukkan bahwa Blitzmegaplex sudah memberikan kualitas pelayanan dengan baik, hal ini harus dipertahankan karena kualitas pelayanan yang baik akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggan.
- 2) Kepuasan pelanggan Blitzmegaplex dinilai **Baik/ Tinggi** oleh responden sebesar 73,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diterimanya.
- 3) Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Blitzmegaplex sebesar 58,6%, sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Secara parsial dimensi *reliability* berpengaruh paling tinggi sebesar 26,9% terhadap kepuasan pelanggan Blitzmegaplex Paris Van Java. Dimensi *tangible* yang meliputi penampilan fasilitas dan alat-alat yang digunakan secara fisik memiliki pengaruh paling rendah terhadap kepuasan pelanggan Blitzmegaplex Paris Van Java yaitu sebesar 16,2%.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Praktisi

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas hal yang ingin disarankan oleh penulis kepada Blitzmegaplex antara lain:

- 1) Tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan memberikan gambaran bahwa variabel *tangible* yang meliputi penampilan fasilitas dan alat-alat yang digunakan secara fisik perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Blitzmegaplex. Kenyamanan ruang tunggu yang disediakan perlu di perbaiki, misalnya dengan pemberian karpet dan kursi pada ruang tunggu. Selain itu kenyamanan tempat duduk dalam ruangan bioskop juga perlu diperbaiki agar pelanggan merasa nyaman dalam menikmati pertunjukan film.
- 2) Tanggapan respondeng mengenai kepuasan pelanggan memberikan gambaran bahwa kepuasan pelanggan Blitzmegaplex perlu terus ditingkatkan agar tercapai tingkat kepuasan yang optimal. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
- 3) Dimensi *reliability* yang meliputi kemampuan perusahaan untuk memberikan atau melaksanakan pelayanan secara konsisten dan akurat seperti janji yang telah ditawarkan memberikan pengaruh paling besar untuk menciptakan kepuasan pelanggan dibanding dimensi yang lain (*tangible*, *empathy*, *responsiveness* dan *assurance*). Hasil tanggapan responden atas kualitas pelayanan pada dimensi *reliability* menunjukkan bahwa layanan pemesanan tiket secara *online* untuk memudahkan pembelian tiket oleh pelanggan perlu

diperbaiki untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Selama ini layanan pembelian tiket secara *online* hanya dapat dilakukan oleh para pemegang kartu BlitzCard (*membership card*). Untuk perbaikan, Blitzmegaplex sebaiknya membenahi layanan pembelian tiket secara *online* agar memungkinkan pelanggan *non-member* untuk dapat menggunakan layanan dan memperoleh kemudahan dari layanan tersebut.

5.2.2 Saran bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya. Saran yang dapat diberikan untuk peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini yaitu:

- 1) Sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan yang menggunakan faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini (*tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance*) yang juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Blitzmegaplex dengan pengambilan sampel penelitian yang lebih luas, sehingga diharapkan hasil penelitian tersebut dapat lebih menambah dan melengkapi ilmu di bidang pemasaran.
- 2) Peneliti selanjutnya diharapkan akan menggali lebih jauh mengenai kepuasan pelanggan, misalnya tentang bagaimana menciptakan kepuasan pelanggan sesuai dengan karakter individu agar menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta
- Assegaff, Mohammad. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10. No. 2. Hal. 171 – 186. Unisulla. Semarang. (2006). *Metode Riset Bisnis Volume 2*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Bridson, Kerrie et al. (2008). “Assesing the Relationshipbetween Loyalty Program Attributes , Store Satisfaction and Store Loyalty”. Journal of Retailing and Consumer Services Vol. 15, pp. 364-374.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Pertama*, Cetakan Pertama. Prenada Media. Jakarta
- Hartanti, Grace. (2009). “Studi Kesenjangan Antara Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Tingkat Kepentingan Layanan Pada Blitz Megaplex di Jakarta”. Binus University Jakarta
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gujarati, Damodar. (2006). *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Indonesia: PT.Indeks.
- Kountur, Ronny. (2007). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.

- Lovelock, Cristopher, H., & Wright, Lauren K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: PT. Indeks
- Malhotra, Naresh K. (2009). *Riset Pemasaran – Pendekatan Terapan*. Jakarta: PT. Indeks
- Paramarta, Wayan A. (2008). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar*” Forum Manajemen. 6, 43-55
- Rasul, Agung A. (2011). *Ekonometrika, Formula Dan Aplikasi Dalam Manajemen*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknis Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sarwono, Jonathan & Martadiredja, Tutty.(2008). *Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2008). “*Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*”. Bandung: Alfabeta
- Sukirno. Sadono. (2008). *Mikro Ekonomi (Teori Pengantar)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono, F., Chandra, G., Adriana, D. (2009). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

Vandalas, Mara R. (2007). *“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bioskop XXI Ciwalk Bandung”* Fakultas Ekonomi Unikom Bandung

Wibowo, Agung E. (2012). *Aplkasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2009). *Service Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm, 5th edition*. Mc. Graw Hill

Sumber dari Internet:

http://ciptagemilang.net/client/pt-graha-layar-prima_9, diakses 1 Mei 2012 pukul 19.09 WIB.

http://www.blitzmegaplex.com/en/about_blitz.php, di akses 8 Juli 2012 pukul 19.16 WIB.

<http://tersenyumlahuntukbahagia.blogspot.com/2012/04/perbedaan-bioskop-21-xxi-premiere.html>, diakses 29 Oktober 2012 pukul 19.00 WIB.

<http://www.21cinplex.com/21profile>, diakses 20 November 2012 pukul 20.15 WIB.

<http://www.21cinplex.com/theaters>, diakses 20 November 2012 pukul 19.50 WIB

<http://boxofficemojo.com/daily/chart/?sortdate=1969-12-31&p=.htm>, diakses 20 November 2012 pukul 21.30 WIB

www.blitzmegaplex.com, diakses 25 Januari 2012 pukul 15.07

<http://www.tempo.co/read/news/2012/05/12/140403406/Bedah-Strategi-Bisnis-Blitzmegaplex>, diakses 18 Februari 2013 pukul 20.10



<http://www.tempo.co/read/news/2012/07/16/090417162/Upaya->

[Blitzmegaplex-Mengobati-Pendarahan](#), diakses 18 Februari 2013 pukul
20.00

<http://filmindonesia.or.id/support>, di akses 17 Februari 2013 pukul 19.30

