BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul pengaruh lokasi dan faktor situasional terhadap keputusan menonton pada bisnis hiburan di bioskop 21 Cineplex Braga Citi Walk Bandung di antaranya :

1. Lokasi bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung dinilai responden sudah cukup baik meskipun dilihat dari indikator akses masih perlu diperhatikan karena untuk mengakses sarana transportasi umumnya masih cukup sulit.
2. Faktor situasional di bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung dinilai responden berdasarkan Lingkungan Sosial, Perspektif Waktu, dan Keadaan Terdahulu sudah cukup baik.
3. Keputusan menonton responden pada bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung dari penilaian responden terhadap indikator Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian dan Perilaku Pascapembelian dapat dikatakan cukup baik.
4. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa konsumen dalam memutuskan untuk menonton akan mempertimbangkan variabel faktor situasional sebagai faktor utama, dan kemudian diikuti oleh variabel lokasi. Hasil uji Simultan menunjukkan F hitung lebih besar dari F tabel sehingga dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi dan faktor situasional terhadap keputusan menonton di *21 Cineplex* Braga City Walk. Secara statistik perubahan penilaian terhadap lokasi dan faktor situasional akan

memberi kontribusi perubahan terhadap keputusan menonton sebesar 61,9% sedangkan 38,1% lainnya dijelasakan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Secara statistik dari korelasi parsial, perubahan penilaian terhadap faktor situasional akan memberi kontribusi perubahan terhadap keputusan menonton sebesar 39,94%. Hasil uji t menunjukkan t hitung lebih besar dari tabel sehingga dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel faktor situasional terhadap keputusan menonton di *21 Cineplex* Braga City Walk. Secara statistik, perubahan penilaian terhadap lokasi akan memberi kontribusi perubahan terhadap keputusan menonton sebesar 15,92%. Hasil uji t menunjukkan t hitung lebih besar dari tabel sehingga dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel lokasi terhadap keputusan menonton di *21 Cineplex* Braga City Walk.

5.2 Saran

Sehubungan dengan kesimpuan yang telah diambil, penullis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan akan menjadi beberapa pertimbangan dan masukan bagi pihak perusahaan dalam usahanya dalam meningkatkan pengendalian kualitas, sehingga kerugian dapat diperkecil. Adapun saran saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lokasi bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung sudah cukup strategis hanya saja akses untuk kendaraan umumnya yang sulit karena sepertinya tidak ada kendaraan umum yang melewati Braga City Walk

2. Lingkungan Sosial, Perspektif Waktu, dan Keadaan Terdahulu yang termasuk kedalam indikator faktor situasional sudah cukup baik, karena pada indikator lingkungan sosial dukungan orang lain (teman, kerabat, kenalan dan orang terdekat) sangat memberikan pertimbangan sekaligus dapat mempengaruhi setiap individu dalam pengambilan keputusan, sedangkan indikator perespektif waktu memiliki pengaruh yang cukup besar dan dapat merubah perilaku penonton dan pada indikator keadaan terdahulu yang ditunjukkan bahwa status emosional penonton juga memiliki pengaruh signifikan terhadap maksud penonton apakah kualitas film dan fasilitas yang diterima penonton dapat merubah mood yang sebelumnya tidak gembira menjadi gembira setelah menonton di bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.
3. Keputusan menonton responden pada bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung dapat dikatakan cukup baik tinggal ditingkatkan agar jumlah penonton pada bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk ini semakin hari semkain bertambah.
4. Bagi peneliti lain yang ingin meneliti atau menganalisis mengenai bioskop 21 *Cineplex* Braga *City Walk* Bandung, dapat menggunakan variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini seperti variabel harga, pelayanan, dan promosi.