L/O/G/O



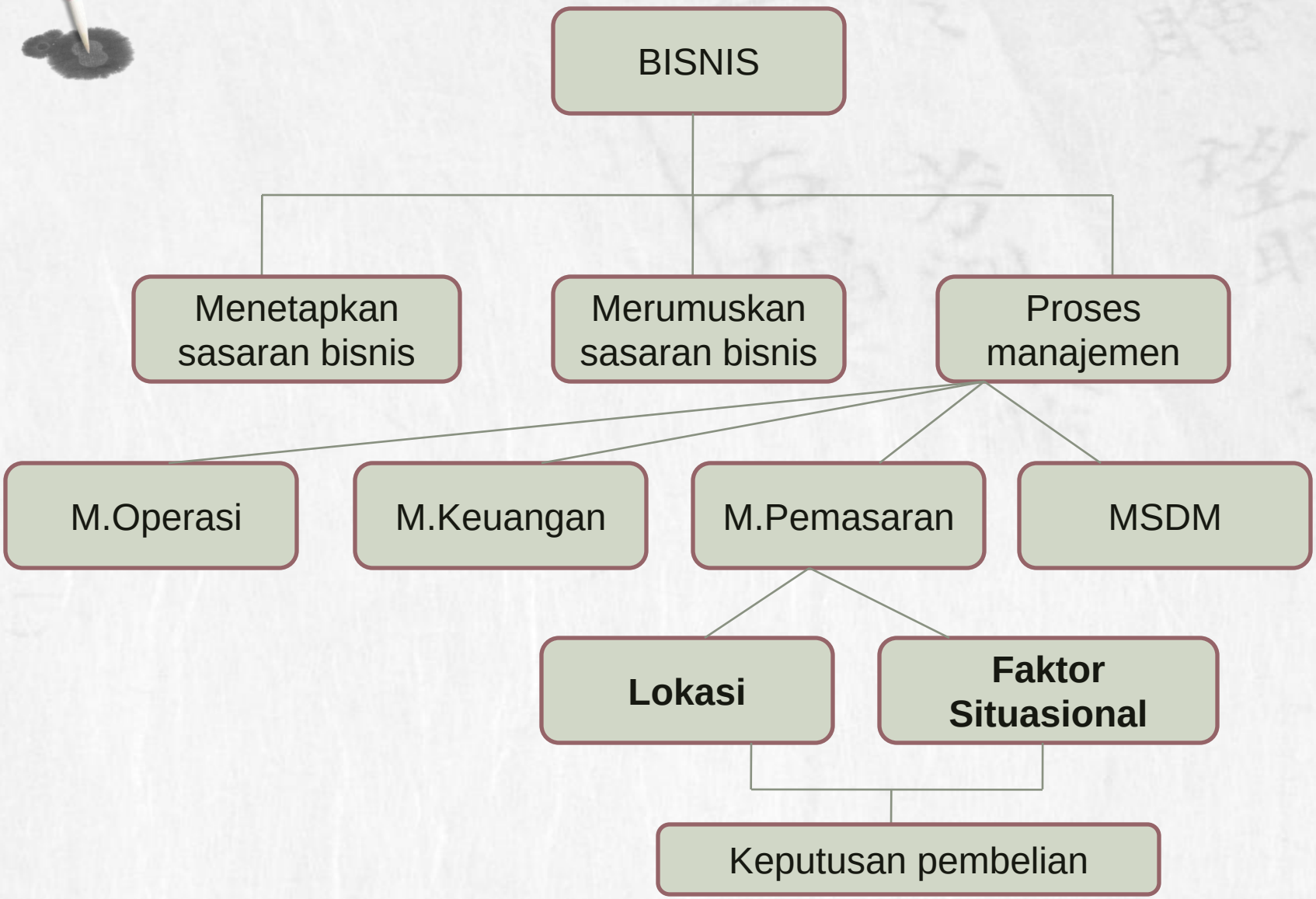


SKRIPSI

Pengaruh Lokasi dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Menonton Pada Bisnis Hiburan di *21Cineplex* Braga *City Walk* Bandung

Devi Listiani Sartika

21208079


BISNIS
Menetapkan sasaran bisnis
Merumuskan sasaran bisnis
Proses manajemen
M.Operasi
M.Keuangan
M.Pemasaran
MSDM
Lokasi
Faktor Situasional
Keputusan pembelian

- Berdasarkan hasil survey awal yang diambil dari sampel dengan mewawancarai 30 responden, terdapat masalah pada indikator-indikator yang ada seperti lokasi 75% dari responden menyatakan bahwa lokasi *21 Cineplex* Braga *City Walk* sulit diakses untuk kendaraan umumnya, pada faktor situasional 20% responden menyatakan bahwa keadaan terdahulu mempengaruhi mood konsumen dalam menonton, dan pada keputusan menonton menyatakan 5% terpaksa untuk menonton di *21 Cineplex* Braga *City Walk*.

Berdasarkan kondisi tersebut, penulis ingin membuktikan apakah lokasi dan faktor situasional yang ada dapat mempengaruhi keputusan menonton di bioskop *21 Cineplex* Braga City Walk. Maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang dituangkan dalam judul skripsi :

“PENGARUH LOKASI DAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON PADA BISNIS HIBURAN DI BIOSKOP *21 Cineplex* BRAGA CITI WALK BANDUNG”

Rumusan Masalah

- Bagaimana tanggapan responden tentang lokasi di bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.
- Bagaimana tanggapan responden tentang faktor situasional di bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.
- Bagaimana keputusan menonton responden pada bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.
- Seberapa besar pengaruh lokasi dan faktor situasional terhadap keputusan menonton pada bisnis hiburan di bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.

Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui tanggapan responden tentang lokasi di bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.
- Untuk mengetahui tanggapan responden tentang faktor situasional di bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.
- Untuk mengetahui tanggapan keputusan menonton responden pada bioskop 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi dan faktor situasional terhadap keputusan menonton pada bisnis hiburan 21 *cineplex* Braga City Walk Bandung.

Kajian Pustaka

Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memksimumkan laba (Basu Swasta dan Irawan, 2003:339).

Situasi (situation) adalah suatu urutan perilaku yang diarahkan oleh tujuan, bersama-sama dengan tanggapan efektif dan kognitif serta berbagai macam lingkungan dimana perilaku tersebut muncul (Paul Peter dan Jerry C. Olson, 2008:10).

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Amstrong, 2008:226).

Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

- **Keterkaitan Lokasi Terhadap Keputusan Menonton**

Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumenn dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian (Paul Peter dan Jerry C.Olson, 2000:245).

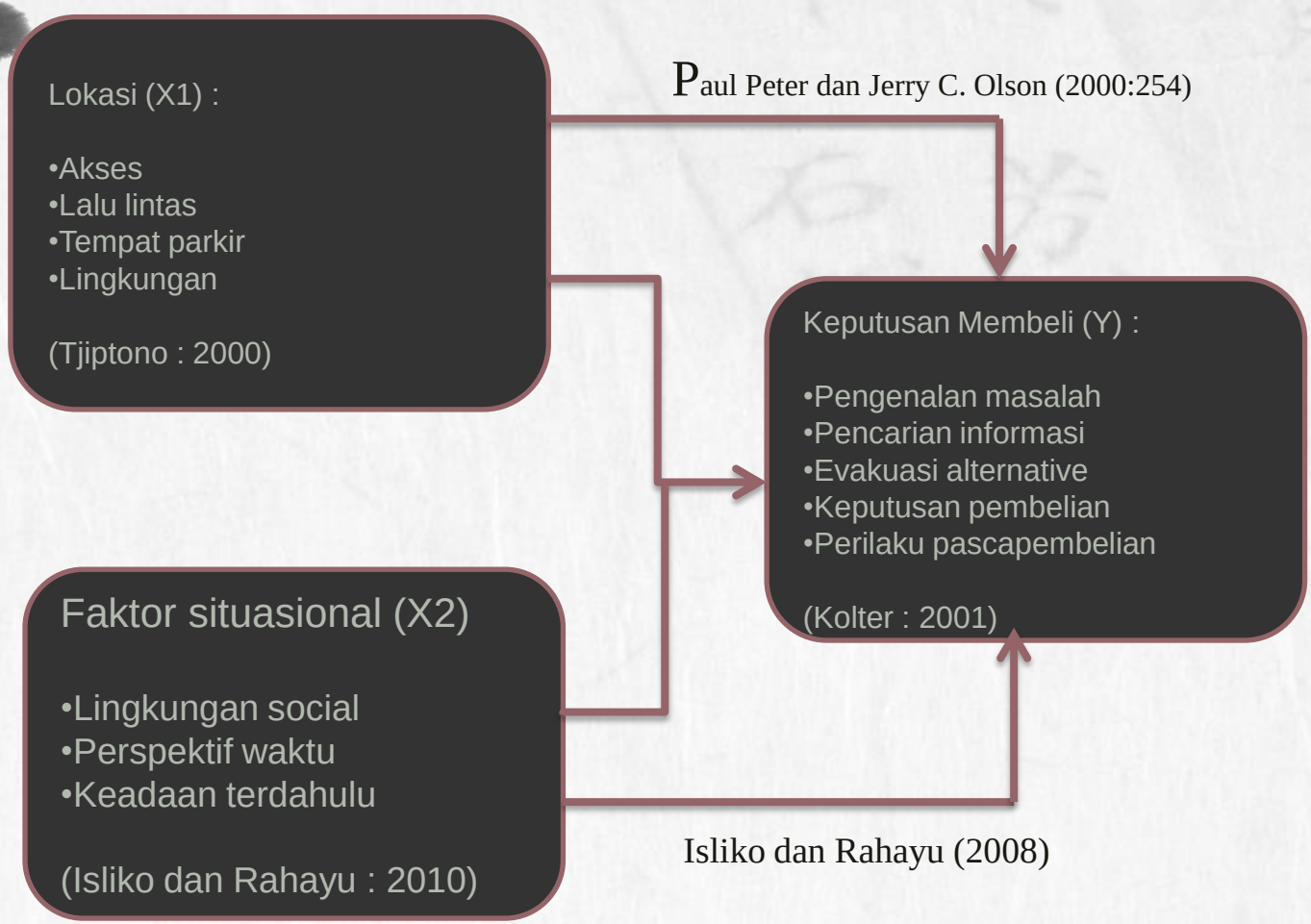
Sedangkan hasil dari penelitian Hendri Suktjo dan Sumanto Radix A (2010) mengemukakan bahwa variabel lokasi berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian.

Dari berbagai pendapat diatas peneliti menggunakan argumen dari (Paul Peter dan Jerry C.Olson, 2000:245), hal ini akan digunakan peneliti sebagai teori penghubung antara lokasi terhadap keputusan menonton.

- **Keterkaitan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Menonton**

  Menurut Isliko dan Rahayu (2008) berbagai referensi yang membahas tentang perilaku konsumen telah menunjukkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain seperti faktor individu, psikologis dan lingkungan. Dan hasil dari penelitiannya mengemukakan bahwa variabel faktor situasional berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian

Kerangka Pemikiran



Hipotesis :

Ada pengaruh lokasi dan faktor situasional terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian	Lokasi, faktor situasional dan keputusan menonton
Metode	Deskriptif dan verifikatif
Sumber data	Primer dan sekunder
Teknik penentuan data	Populasi dan sampel
Teknik pengumpulan data	Observasi (pengamatan langsung) Wawancara atau *interview* Kuisioner
Rancangan analisis	Analisis deskriptif, analisis verifikatif, analisis regresi berganda, pengujian asumsi klasik, analisis korelasi, analisis determinasi.
Pengujian hipotesi	Secara simultan dan parsial

Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Lokasi (X_1)	Lokasi adalah tempat yang meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. (Kotler dan amstrong:2008)	• Akses	Tingkat kemudahan untuk menjangkau sarana transportasi umum.	O R D I N A L
		• Lalu lintas	Tingkat banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberi *impulse buying* dan yang kedua tingkat kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan.	
		• Tempat Parkir	Tingkat kenyamanan untuk memarkirkan kendaraan.	
		• Lingkungan	Tingkat daerah sekitar mendukung jasa yang ditawarkan.	

Faktor Situasional (X_2)	**Faktor yang paling interaktif dari semua faktor yang dikemukakan dalam konsep situasional adalah situasi produk dab konsumen.** **(Isliko dan Rahayu:2008)**	• **Lingkungan Sosial**	**Tingkat pengaruh teman, pengaruh keluarga dan pengaruh tokoh idola.**	**O R D I N A L**
		• **Perspektif Waktu**	**Tingkat kecepatan waktu menuju tempat belanja dan waktu layanan dikasir**	
		• **Keadaan Terdahulu**	**Tingkat suasana hati, pengalaman menyenangkan dan kondisi fisiologis.**	

Keputusan Pembelian (Y)	**Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen bener-bener membeli tertentu. (Kotler dan Amstrong: 2008)**	• **Pengenalan Masalah**	**Tingkat kebutuhan yang timbul dari rangsangan internal dan eksternal.**	**ORDINAL**
		• **Pencarian Informasi**	**Tingkat informasi yang didapat melalui beberapa sumber.**	
		• **Evaluasi Alternatif**	**Tingkat konsumen berusaha untuk memenuhi kebutuhannya, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk dan konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda.**	
		• **Keputusan Pembelian**	**Tingkat keputusan untuk membeli produk yang dipilih.**	
		• **Perilaku Pascapembelian**	**Tingkat kepuasan pascapembelian dan tindakan pascapembelian.**	

Analisis Deskriptif

Hasil persentase skor dari semua indikator pada setiap variabel

Variabel X1 (Lokasi)	**Persentase**	**Variabel X2 (Faktor situasional)**	**Persentase**	**Variabel Y (Keputusan Menonton)**	**Persentase**
	64,93 %		**65,8 %**		**65,78 %**
Akses	54,6%	Lingkungan sosial	68,8 %	Pengenalan masalah	54,6 %
Lalu-lintas	72 %	Perspektif waktu	63,4 %	Pencarian informasi	54,6 %
Tempat parker	70,3 %	Keadaan terdahulu	54,6 %	Evaluasi alternatif	54,6 %
Lingkungan	62,8 %			Keputusan pembelian	54,6 %
				Perilaku pascapembelian	54,6 %

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Analisis Verifikatif

- Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menonton

  Diperoleh hasil perhitungan korelasi Lokasi dan Keputusan menonton yaitu 0,606. Besarnya korelasi Lokasi dan Keputusan menonton masuk dalam ketegori kuat. Nilai korelasi yang diperoleh positif berarti bahwa hubungan antara Lokasi dan Keputusan menonton signifikan yang berarti semakin baik Lokasi maka Keputusan menonton diprediksi akan semakin tinggi.

- Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Keputusan Menonton

  Hasil perhitungan nilai korelasi Faktor situasional dan Keputusan menonton yaitu 0,740. Besarnya korelasi Faktor situasional dan Keputusan menonton masuk dalam ketegori kuat. Nilai korelasi yang diperoleh poasitif berarti hubungan antara Faktor situasional dan Keputusan menonton signifikan berarti jika semakin baik Faktor situasional maka Keputusan menonton diprediksi akan semakin tinggi.

- Hasil Analisis Regresi Pengaruh Lokasi dan Faktor situasional terhadap keputusan menonton

1. Koefisien regresi variabel Lokasi bernilai bertanda positif 0,324 menyatakan bahwa bila variabel faktor situasional dianggap kostan maka peningkatan skor penilaian terhadap Lokasi sebesar satu satuan akan menyebabkan peningkatan Keputusan menonton sebesar 0,324. Jadi semakin baik penilaian terhadap lokasi maka keputusan menonton semakin tinggi.Artinya semakin dekat jarak yang ditempuh dan terpenuhinya sarana transportasi yang ada serta semakin mudah dijangkau, maka akan semakin tinggi keputusan konsumen menonton.

2. Koefisien regresi untuk Faktor situasional (X_2) bertanda positif sebesar 0,534 menyatakan bahwa bila variabel Lokasi dianggap kostan maka peningkatan skor penilaian terhadap faktor situasional sebesar satu satuan akan menyebabkan peningkatan Keputusan menonton sebesar 0,534. Jadi semakin baik penilaian terhadap Faktor situasional maka keputusan menonton semakin tinggi.

Hasil Pengujian Hipotesis

- Pengujian Koefisien Regresi secara Bersama melalui Uji F

Untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya dilakukan dengan membandingkan antara Fhitung dengan nilai Ftabel. Dari tabel F diperoleh nilai F_{tabel} dengan db1 = 2 dan db2 = 100-2-1= 97 sebesar 3,090.

Diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (78,952 > 3,090). Dengan demikian, hasil uji menunjukkan menolak Ho. Jadi hasil pengujian statistik secara simultan adalah tidak signifikan. Kesimpulan di atas didukung pula dari nilai signifikansinya (0,000) yang lebih kecil dari nilai α = 0,05), yang berarti kesalahan untuk menyatakan ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas signifikan sangat kecil atau lebih kecil dari tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 5% (α = 0,05).

Artinya Lokasi dan Faktor situasional secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan menonton.

Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial melalui Uji t

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan menonton

Untuk melihat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan menonton, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_{01} :$\beta_1 = 0$

Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menonton

$H1_1$: $\beta_1 \neq 0$

Lokasi berpengaruh terhadap keputusan menonton

Hasil perhitungan nilai t-hitung untuk variabel Lokasi (X_1) diperoleh sebesar 4,287 dengan nilai signifikansi (p-value) = 0,000.

Keputusan penolakan/penerimaan hipotesis (hasil perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel})

- Pengaruh Faktor situasional Terhadap Keputusan menonton

Untuk melihat pengaruh Faktor situasional terhadap Keputusan menonton, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_{02} :$\beta_2 = 0$

Tidak terdapat pengaruh dari Faktor situasional terhdap Keputusan menonton

$H1_2$: $\beta_2 \neq 0$

Terdapat pengaruh dari Faktor situasional terhdap Keputusan menonton

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Faktor situasional (X_2) sebesar 8,025 dengan nilai signifikansi (p-value) = 0,000.

Keputusan penolakan/penerimaan hipotesis (hasil perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel})

Kesimpulan

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.

L/O/G/O





Thank You!