DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

MOTTO ..... **iii**

ABSTRACT ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 8

1.2.1 Identifikasi Masalah 8

1.2.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 10

1.4.1 Kegunaan Praktis 10

1.4.2 Kegunaan Akademis 10

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka..... 12

2.1.1 Lokasi 12

2.1.1.1 Konsep Lokasi 12

2.1.1.2 Pertimbangan-Pertimbangan Dalam Penentuan Lokasi 13

2.1.1.3 Lokasi diKota Besar Atau di Kota Kecil 13

2.1.2 Faktor Situsional..... 14

2.1.2.1 Konsep Faktor Situasional 15

2.1.2.2 Lima Situasi Generik Konsumen 15

2.1.3 Keputusan Pembelian 16

2.1.3.1 Konsep Keputusan Pembelian..... 17

2.1.3.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 17

2.1.3.3 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian 17

2.1.4 Keterkaitan Lokasi dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Menonton..... 18

2.1.4.1 Keterkaitan Lokasi Terhadap Keputusan Menonton..... 18

2.1.4.2 Keterkaitan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Menonton 19

2.1.5 Peneliti Terdahulu..... 19

2.2 Kerangka Pemikiran..... 23

2.3 Hipotesis..... 25

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 26

3.2 Metode Penelitian 26

3.2.1 Desain Penelitian 27

3.2.2.Operasional Variabel Penelitian 29

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 32

3.2.3.1 Sumber Data 32

3.2.3.2 Penentuan Data 33

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 34

3.2.4.1 Uji Validitas 36

3.2.4.2 Uji Reliabilitas 40

3.2.4.3 Uji Msi (data ordinal ke interval) 43

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 44

3.2.5.1 Rancangan Analisis 44

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 59

4.1.1 Sejarah Perusahaan 59

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 61

4.1.3 Job description 62

4.2 Karakteristik Responden 63

4.3 Analisis Deskriptif 66

4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Lokasi Di Bioskop 21 *Cineplex* Braga City Walk Bandung 66
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Faktor Situasional Di Bioskop *21 Cineplex* Braga City Walk Bandung 78
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Menonton Pada Bioskop *21 Cineplex* Braga City Walk Bandung 88
4.4 Analisis Verifikatif 104
4.4.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menonton 104
4.4.2 Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Keputusan Menonton. 104
4.4.3 Pengaruh Lokasi Dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Menonton 105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 114
5.2 Saran 115

DAFTAR PUSTAKA 116

LAMPIRAN 118

KUISIONER 123

DAFTAR GAMBAR

NO **Halaman**

2.1 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap 18

2.2 Kerangka Pemikiran..... 23

3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan..... 57

4.1 Struktur Organisasi Bioskop 21 Cineplex Braga City Walk..... 60

4.2 Grafik PPPlot dari Hasil Pengujian Normalitas..... 109

4.3 Grafik Scatter Plot dari Hasil Pengujian Heteroskedastisitas 111

4.4 Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho Pada Pengujian Simultan.....

..... 120

4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Parsial X_1 terhadap Y..... 122

4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Parsial X_2terhadap Y..... 124

DAFTAR TABEL

NO **Halaman**

1.1 Jumlah Penonton 21 Cineplex Braga City Walk Tahun 2012 Bulan Maret 5

1.2 Jadwal Penelitian dan Pengumpulan Data 11

2.1 Hasil Penelitin Terdahulu..... 19

3.1 Desain Penelitian..... 28

3.2 Operasional Variabel..... 31

3.3 Standar Penilaian Untuk Validitas 37

3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Lokasi 38

3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Faktor situasional 38

3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Keputusan menonton..... 39

3.7 Hasil Uji Reliabilitas Pada Setiap Variabel 43

3.8 Kriteria Presentasi Tanggapan Responden..... 46

3.9 Tingkat keeratan Korelasi 52

3.10 Kategori Korelasi Metode Guilford 56

4.1 Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin 64

4.2 Responden Penelitian Berdasarkan Usia..... 65

4.3 Responden Penelitian Berdasarkan Tingkat Pekerjaan..... 66

4.4 Lokasi 21Cineplex Braga City Walk mudah di akses dengan sarana transportasi umum..... 67

4.5 21Cineplex Braga City Walk banyak dilalui oleh kendaraan transportasi umum 68
4.6 Persentase skor aktual Indikator Akses 68
4.7 Jalan untuk menuju *21 cineplex Braga* cenderung sering macet 70
4.8 Banyak orang yang sering lalu lalang di area *21 Cineplex* Braga *City Walk* 70
4.9 Persentase skor aktual Indikator lalu lintas 71
4.10 Braga City Walk memiliki parkiran yang luas 72
4.11 21 Cineplex braga memiliki tempat parkir yang aman 73
4.12 Persentase skor aktual Indikator Tempat Parkir 74
4.13 Banyak tempat makan yang disediakan *21Cineplex Braga City Walk* 75
4.14 Lingkungan *21Cineplex Braga City Walk* aman 76
4.15 Persentase skor aktual Indikator Lingkungan 76
4.16 Persentase skor aktual variabel Lokasi 77
4.17 Minat anda untuk menonton di *21 cineplex Braga* karena teman, keluarga dan kekasih 79
4.18 Anda mengetahui bioskop *21 cineplex Braga* dari teman, keluarga dan kekasih 80
4.19 Persentase skor aktual Indikator Lingkungan Sosial 81
4.20 *21 cineplex Braga* bisa anda tempuh dengan waktu yang cepat 82
4.21 Waktu pelayanan di *21 cineplex Braga* bisa dikatakan cepat 82
4.22 Persentase skor aktual Indikator Perspektif Waktu 83

4.23 Ketika anda sedang ingin menonton dalam keadaan suasana hati yang senang 84
4.24 Pengalaman yang anda dapatkan setelah menonton selalu baik 85
4.25 Persentase skor aktual Indikator Keadaan Terdahulu 86
4.26 Persentase skor aktual variabel Faktor Situasional 87
4.27 Saya membutuhkan hiburan dengan menonton bioskop..... 88
4.28 Film-film yang saya suka tersedia di *21Cineplex Braga City Walk*..... 89
4.29 Persentase skor aktual Indikator Pengenalan Masalah..... 90
4.30 Informasi mengenai *21Cineplex Braga City Walk* di dapatkan melalui teman/ kerabat/kekasih..... 91
4.31 Informasi di media cetak/ elektronik mengenai *21Cineplex* Braga *City Walk* memberikan pengetahuan bagi saya..... 92
4.32 Persentase skor aktual Indikator Pencarian Informasi 93
4.33 Saya menanggap menonton di *21Cineplex Braga City Walk* lebih menyenangkan dari pada menonton di bioskop lain/ DVD 94
4.34 Biaya yang saya keluarkan untuk menonton di *21Cineplex* Braga *City Walk* sebanding dengan kepuasan yang saya dapatkan..... 95
4.35 Persentase skor aktual Indikator Evaluasi Alternatif 96
4.36 *21Cineplex Braga City Walk* adalah tempat yang tepat untuk menonton..... 97
4.37 Saya akan menginformasikan tentang *21Cineplex Braga City Walk* ke orang lain..... 99

4.38 Saya akan menonton lagi di *21Cineplex Braga City Walk* 99
4.39 Persentase skor aktual Indikator Perilaku Pascapembelian 100
4.40 Persentase skor aktual variabel Keputusan Pembelian 101
4.41 Hasil persentase skor dari semua indikator pada setiap variable ... 102
4.42 Hasil Korelasi X1 dan Y 104
4.43 Hasil Korelasi X2 dan Y 105
4.44 Hasil Perhitungan Koefisien Regresi X terhadap Y 106
4.45 Hasil Uji Normalitas 108
4.46 Hasil Perhitungan VIF 110
4.47 Hasil Korelasi Rank Spearman untuk Uji Heteroskedastisitas 110
4.48 Korelasi Parsial Lokasi dengan Keputusan menonton pada saat Faktor situasional Tidak mengalami perubahan 112
4.49 Korelasi Parsial Faktor situasional dengan Keputusan menonton pada saat Lokasi tidak mengalami perubahan..... 113
4.50 Tabel Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi..... 114
4.51 Data Untuk Perhitungan Analisis regresi X dan Y 115
4.52 Hasil Uji Simultan..... 120

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran Permohonan Surat Penelitian..... 119

Lampiran Surat Balasan Perusahaan..... 120

Lampiran Lembar Revisi Seminar Usulan Penelitian..... 121

Lampiran Lembar Revisi Siding..... 129

Lampiran Kegiatan Bimbingan..... 132

Lampiran Data Ordinal 133

Lampiran Data Interaval 137

Lampiran Hasil Proses Msi..... 145

Lampiran Data Perhitungan Bantuan..... 148

Lampiran Hasil Perhitungan Validitas Dan Reabilitas 150

Lampiran Daftar Riwayat Hidup..... 153