

**Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket, dan Kualitas Film
Terhadap Minat Beli Penonton Movimax Mall Dinoyo Kota Malang**

Fiona Hananto Putri *)

Budi Wahono **)

Ratna Tri Hardaningtyas *)**

Email : fionaputri421@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The study aims to find out the impact of the facilities, ticket prices, and quality of the film on the interest of the Movimax Cinema Audiences in Purchasing Poor Cities. The location of the research was carried out Movimax Dinoyo, Dinoyo Mall Lt. 4, M.T. Haryono Road No. 195, Lowokwaru, Lowokvaru district, Malang City. Phone number (0341) 5022949. This research is quantitative. In this study, the non-probability sampling technique is used with the judgmental samplings category, which means that visitors who fill in the questionnaire must meet the existing criteria. The number of samples was determined using Roscoe's formula and resulted in 40 respondents. The data was analyzed using a double linear regression test and a determination test. Based on the data analysis, the test results showed that facilities, ticket prices, and movie quality partially had a significant positive influence on the audience's interest in Movimax Poor City Cinema purchases. The determination test results indicated that a percentage of 66.4% indicates that audience purchasing interest was influenced by the facility, ticket price, and film quality.

Keywords: Facilities, Ticket Price, Film Quality, Audience Interest

Pendahuluan

Di kehidupan saat ini, setelah kurang lebih 2 tahun Indonesia mengalami pandemi Covid-19 dapat kita lihat bahwa aktivitas masyarakat mulai kembali seperti semestinya. Masyarakat mulai kembali sibuk dengan pekerjaan dan rutinitas mereka sehari-harinya, karena hal itu membuat banyak orang yang membutuhkan suatu tempat agar dapat melepaskan penatnya sehari-hari akibat dari berbagai kegiatan yang dilakukan. Bekerja atau berkegiatan secara terlalu lama dapat menimbulkan rasa jenuh dan akhirnya akan berakibat mengalami stress. Stress merupakan sebuah penyebab utama timbulnya kecacatan secara permanen dan dapat mengganggu kesehatan hingga jangka Panjang. Penyakit stres dapat menyebar lebih luas dan cepat daripada penyakit lainnya karena berbagai macam tekanan ataupun pikiran yang berlebih mengakibatkan stress timbul lebih cepat. Para peneliti kesehatan mengakui bahwa stres paling sering dialami oleh masyarakat di tempat kerja, akibatnya juga bermacam-macam. Untuk dapat menghindari stres, ketika kita sudah mulai merasa jenuh dan bosan kita dapat mengantisipasinya dengan melakukan kegiatan yang menghibur atau melihat hiburan yaitu seperti menonton film. Menonton film dapat dilakukan didalam rumah dengan menonton acara televisi, VCD, DVD, ataupun juga dapat dilakukan diluar yaitu dengan menonton di bioskop.

Semakin pesatnya perkembangan industri hiburan terutama pada perfilman di bioskop membuat persaingan semakin ketat. Perkembangan ini dapat menjadikan bioskop sebagai tempat refreshing bagi masyarakat untuk melepas penat dari aktivitas yang telah dilakukan sehari-hari. Hal yang mendukung perkembangan perfilman bioskop di Indonesia yaitu kemajuan teknologi film, teknologi sound system maupun novel yang terkenal (Sari, 2017). Bioskop menjadi salah satu contoh perubahan yang terjadi karena masuknya teknologi informasi dan komunikasi yang dimanfaatkan oleh

para industri film untuk menjual film yang diproduksi ke masyarakat (Aulianto, Asmara, & Subroto, 2019).

Selanjutnya, sebuah perfilman di Indonesia memiliki sejarah yang panjang. Proyeksi film Indonesia pertama muncul di masa kolonial, dimana film-film tersebut terbatas karena hanya dapat ditonton oleh orang-orang Eropa dan Amerika. Bioskop merupakan salah satu hiburan berupa tayangan film terbaru baik dalam negeri maupun luar negeri yang banyak diminati hampir setiap orang. Bioskop pada era modern merupakan salah satu fasilitas hiburan yang banyak dipilih untuk memenuhi kebutuhan masyarakat urban untuk refreshing, sosialisasi dan aktualisasi diri (*lifestyle*), keberadaan bioskop itu sendiri sebagian besar terletak di pusat perbelanjaan (*Mall*). Di Kota Malang sendiri kategori bioskop sudah banyak macamnya seperti halnya bioskop *Movimax*, *XXI*, *CGV*, *Cinepolis*, dan *Aurora*. Tujuan dari dibuatnya berbagai macam bioskop untuk ditargetkan sesuai dengan pangsa pasar yang berbeda-beda, dimulai dari yang menengah kebawah hingga menengah keatas. Bioskop *Movimax* merupakan salah satu bioskop di Malang yang memiliki banyak peminatnya karena menyediakan harga tiket yang sangat ramah dikantong masyarakat, selain itu juga fasilitas yang ditawarkan sangat-sangat sudah memadai bioskop yang lebih elite. Selain fasilitas yang perlu diperhatikan, Perusahaan bioskop juga harus memperhatikan harga tiket yang mereka tawarkan kepada calon pelanggan.

Harga merupakan pertukaran uang atas suatu barang atau jasa serta pengorbanan waktu dengan menunggu untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang dimana harga mempunyai suatu arti bagi konsumen dan arti lain bagi penjual. Bagi konsumen, ini merupakan biaya atas sesuatu yang mereka dapatkan sedangkan bagi penjual, harga adalah pendapatan dan sumber utama dari keuntungan (Nasution, Limbong, & Ramadhan, 2020). Pandangan terhadap harga barang dan jasa akan berbeda untuk setiap konsumen. Perbedaan tersebut dipengaruhi banyak faktor yang dapat berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penentu dari pilihan barang ataupun jasa yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen. Pada tingkatan harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen mungkin saja dapat merasakan manfaat dari produk atau jasa yang telah dibelinya. Disaat konsumen merasakan puas dan sebanding dengan manfaat yang diterima, maka tidak ada masalah mereka mengeluarkan nominal yang lebih tinggi.

Di penghujung 2008, seiring dengan perkembangan teknologi dan makin maraknya film-film dengan kualitas terbaik, *Movimax* Malang turut mengaplikasikan teknologi *Dolby Digital Cinema*. Film-film berkualitas baik yang diputar pada *Movimax* Malang juga sangat bermacam, mereka mengikuti perkembangan film yang pastinya sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat. *Movimax* masih terus melakukan pembenahan agar memberi rasa nyaman kepada konsumen agar dapat menikmati tontonan yang ada. Karena semakin berkembangnya hiburan bioskop-bioskop yang ada di Malang maka *Movimax* Malang harus lebih unggul dalam menarik perhatian pengunjung agar para penonton semakin yakin untuk menonton di bioskop *Movimax* Malang. Usaha yang perlu dilakukan maka *Movimax* Malang perlu lebih memahami mengenai fasilitas, harga tiket, dan kualitas film terhadap minat beli penonton pada bioskop tersebut. Pada hal ini, minat sendiri merupakan sebuah pengekspresian dari rasa suka dan rasa tertarik kepada suatu objek benda ataupun aktivitas tanpa adanya sebuah pemaksaan dan biasanya setiap individu dapat cenderung mencari objek yang disenangi. Minat beli yang dikemukakan oleh Kinnear dan Taylor kemudian dikutip oleh (Ema, 2012) merupakan bagian dari adanya komponen perilaku dalam sikap untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu benda atau aktivitas. Pada tahap kecenderungan responden akan mulai bertindak sebelum mengambil keputusan dan melaksanakannya sedangkan pada minat menonton merupakan sebuah proses yang memang disadari. Karena adanya hal tersebut, sangat penting mengembalikan minat menonton konsumen untuk dapat memberikan sebuah keuntungan yang dapat bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jika semakin lama loyalitas dari seorang konsumen, semakin besar pula laba yang dapat diperoleh oleh perusahaan dari konsumen. Didalam upaya untuk dapat mempertahankan pelanggan harus mendapatkan prioritas yang lebih tinggi dibandingkan dengan mendapat konsumen

atau pelanggan baru. Minat beli penonton ini terbentuk karena adanya dorongan dari beberapa hal seperti mendapatkan sebuah fasilitas memadai, harga penawaran sangat terjangkau, dan juga sebuah kualitas film yang ditawarkanpun harus sesuai harapan. pengunjung akan merasa sangat puas beberapa penawaran yang ada dan memutuskan untuk membeli tiket pada bioskop tersebut daripada di bioskop lainnya.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini ingin membahas yaitu tentang “Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket, dan Kualitas Film Terhadap Minat Beli Penonton Movimax Kota Malang (Studi Pada Penonton Bioskop Movimax Malang)”.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Minat Beli Penonton

a Pengertian Minat Beli Penonton

Di kehidupan saat ini dimana manusia tidak dapat lepas dari kegiatan jual beli. Sebelum terjadinya sebuah pembelian, seseorang biasanya akan merasakan ketertarikan dalam minat beli terlebih dahulu terhadap suatu produk. Minat beli merupakan sebuah pernyataan refleksi rencana mental konsumen untuk membeli suatu produk dengan berbagai merk tertentu tentang niat beli dari konsumen terhadap produk yang perlu untuk diketahui oleh para pemasar saat mendeskripsikan suatu perilaku konsumen pada masa yang akan datang. (Durianto, 2013) berpendapat bahwa minat beli merupakan suatu keinginan agar dapat memiliki produk, minat beli akan timbul apabila konsumen sudah mulai terpengaruh terhadap sebuah mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi mengenai produk, dan tertarik untuk membelinya.

b Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Penonton

Selain itu terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi dari minat beli yang memiliki hubungan dengan adanya perasaan dan emosi yang muncul, jika individu memiliki perasaan senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal tersebut dapat menguatkan rasa minat untuk membeli, sebaliknya jika ketidakpuasan biasanya dapat menghilangkan minat untuk membeli. Pendapat Super dan Crites yang dikutip dalam (Astuti & Mustikawati, 2013) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu :

- a. Perbedaan dalam pekerjaan, dengan adanya sebuah perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang akan dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain sebagainya.
- b. Perbedaan pada sosial ekonomi, dimana seseorang yang memiliki sosial ekonomi tinggi maka ia akan dengan lebih mudah dalam mencapai apa yang diinginkannya dibandingkan dengan orang yang memiliki sosial ekonomi yang lebih rendah.
- c. Perbedaan dari kegemaran atau hobi, bagaimana seseorang akan menggunakan waktu senggangnya untuk dapat melakukan sebuah kegiatan yang mereka gemari.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya bahwa minat perempuan berbeda dengan minat laki-laki, misalnya didalam hal pekerjaan, bermedia sosial, dan lain sebagainya.
- e. Perbedaan usia, artinya ada sebuah perbedaan usia yang perlu diperhatikan seperti didalam usia anak, remaja, dewasa dan juga orangtua akan mulai berbeda pula minatnya terhadap suatu benda, objek, aktivitas dan seseorang.

c Indikator-Indikator Minat Beli Penonton

Pendapat Suwandari (Rizky & Yasin, 2014) ada beberapa yang menjadi indikator minat beli antara lain :

- 1) Perhatian (*Attention*), merupakan sebuah perhatian dari pembeli terhadap produk yang sedang ditawarkan oleh produsen. Penawaran yang disampaikan harus dapat menarik perhatian pembeli sebagai sasaran, karena pesannya mampu menarik perhatian yang nantinya akan dilihat oleh pembeli.

- 2) Ketertarikan (*Interest*), merupakan sebuah ketertarikan pada calon pembeli terhadap produk yang sedang ditawarkan oleh penjual. Setelah mendapatkan perhatian dari konsumen, maka apa yang disampaikan harus dapat menimbulkan ketertarikan sehingga akan timbul rasa ingin tahu secara lebih detail didalam pikiran konsumen.
- 3) Keinginan (*Desire*), merupakan keinginan dari calon pembeli untuk memiliki atau mendapatkan produk yang sedang ditawarkan oleh penjual. Penawaran yang baik harus dapat memahami apa keinginan dari konsumen didalam pemaparan produk atau jasa yang ditampilkan didalam penawaran tersebut.
- 4) Tindakan (*Action*), merupakan kegiatan dari calon pembeli untuk melakukan sebuah pembelian atau transaksi terhadap produk yang telah ditawarkan.

Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Definisi dari fasilitas menurut pendapat (Kotler & Armstrong, 2018) fasilitas ialah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk menunjang kenyamanan dari konsumen itu sendiri. Fasilitas menurut (Daradjat, 2012) fasilitas ialah segala sesuatu yang dapat memudahkan upaya didalam memperlancar cara kerja untuk mencapai suatu tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Beda halnya dengan pendapat fasilitas dari (Tjiptono, 2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang biasanya ada sebelum menawarkan sesuatu kepada penonton. Fasilitas adalah sesuatu yang penting didalam usaha jasa, maka dari itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain eksterior maupun interior sekaligus kebersihan harus lebih dipertimbangkan terutama kegiatan yang berkaitan langsung dengan konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman. Didalam sebuah perusahaan agar dapat mencapai tujuan, diperlukannya sebuah alat pendukung yang digunakan untuk sebuah proses ataupun aktivitas didalam perusahaan.

b. Faktor-Faktor Fasilitas

Terdapat berbagai faktor sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan baik buruknya sebuah fasilitas, menurut (Nirwana, 2012) ada beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa, antara lain :

1. Desain untuk fasilitas, menciptakan ruang yang memaksimalkan efisiensi bagi para pengunjung agar merasa lebih nyaman.
2. Nilai fungsi, gambaran peran yang ideal sebagai patokan dalam mengerjakan sesuatu sesuai tatanan tertentu dengan sebagai mana mestinya.
3. Estetika, mengungkapkan bahwa keindahan pada luar bangunan berhubungan dengan persoalan bentuk dan warna. Teori ini kemudian menganggap bahwa keindahan adalah hasil formil dari suatu ketinggian, ukuran atau dimensi, lebar, dan sebuah warna atau kombinasinya.
4. Kondisi mendukung, kondisi dimana seimbangny kesesuaian antara situasi di lapangan dan juga kenyamanan pada pengunjung saat berada pada tempat tersebut.
5. Garansi, dimana pihak produsen bertanggungjawab untuk menanggung kerugian dari pengunjung jika memang terjadi hal-hal yang memang masih diranah lingkungan bioskop dengan syarat tertentu.

c. Indikator-Indikator Fasilitas

Menurut pendapat Arikunto didalam (Apriyadi, 2017) memberikan pernyataan bahwa ada beberapa hal yang dapat memudahkan pelaksanaan didalam sebuah usaha yang harus diperhatikan. Adapun beberapa indikator fasilitas antara lain :

1. Ketersediaan untuk tempat parkir, merupakan lokasi yang harus disediakan sebagai tempat pemberhentian kendaraan roda 2 maupun 4 yang tidak bersifat sementara untuk melakukan sebuah kegiatan pada waktu tertentu.

2. Ketersediaan ruang tunggu, dimana tempat yang disediakan untuk para pengunjung berkumpul menjadi satu. Kenyamanan menjadi aspek yang seharusnya paling diutamakan dalam perancangan ruang tunggu pengunjung bioskop.
3. Ketersediaan toilet, fasilitas sanitasi untuk tempat buang air besar dan kecil, tempat cuci tangan maupun cuci muka yang disediakan oleh bioskop untuk pengunjung.
4. Ketersediaan mushola atau tempat beribadah, ditujukan untuk memenuhi kebutuhan batin manusia sebagai makhluk yang memiliki Tuhan. Bentuk bangunan fasilitas ibadah sendiri disesuaikan dengan agama yang dianut.

Harga Tiket

a. Pengertian Harga Tiket

Pendapat dari (Swastha, 2010) harga ialah jumlah uang yang dibutuhkan untuk dapat mendapat sejumlah uang yang berasal dari barang beserta pelayanannya. Menurut pernyataan (Oentoro, 2012) menyebutkan harga disebut juga nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang ataupun barang lain yang bertujuan mendapatkan manfaat agar dapat memperoleh barang ataupun jasa bagi seorang individu atau kelompok pada saat waktu tertentu dan di tempat tertentu pula. Jadi pengertian harga ialah jumlah dari uang yang dibutuhkan untuk bisa mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa.

b. Faktor-Faktor Harga Tiket

Harga yang terjadi dapat dipengaruhi oleh berbagai jenis faktor. Pada pendapat (Kotler & Dkk, 2012) ada enam usaha utama yang bisa diraih dalam suatu perusahaan berasal dari harga, yaitu :

1. Perekonomian, merupakan keadaan perekonomian yang mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Misalnya, pada suatu periode dimana harga berada ditingkat yang lebih rendah dan kemudian ketika mulai ada keputusan pemerintah tentang adanya nilai tukar rupiah dengan mata uang asing, disitulah akan mulai timbul reaksi dari berbagai kalangan masyarakat yang terkhusus pada masyarakat bisnis karena reaksi spontan dari mereka terhadap adanya Keputusan dari kenaikan harga.
2. Bertahan hidup (survival), yaitu kemampuan untuk bertahan hidup dalam menghadapi sebuah kondisi jika terjadi hal yang diluar prediksi atau tidak diinginkan.
3. Maksimalisasi pertumbuhan penjualan, dengan memaksimalkan pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan tingkat keberhasilan dan kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan competitor lain.
4. Unggul didalam target pasar dan dapat unggul pada mutu produk, untuk mendapatkan pangsa pasar yang baik, perusahaan biasanya menetapkan harga yang rendah agar meningkatkan penjualan sehingga meningkatkan pangsa pasar.

c. Indikator Harga Tiket

Harga merupakan salah satu faktor penentu untuk menentukan sebuah pemilihan merk berkaitan dengan sebuah keputusan dalam pembelian. Ketika memutuskan pembelian diantara merk-merk yang ada, konsumen akan mencoba mengevaluasi harga dengan membandingkan beberapa standar harga untuk menjadi referensi dalam melakukan sebuah transaksi pembelian. Disebutkan bahwa harga merupakan salah satu unsur yang ada dalam pemasaran yang memiliki peranan sangat penting bahkan dapat menentukan keberhasilan suatu kegiatan pemasaran. Menurut (Kotler, 2002) indikator harga antara lain :

- 1) Harga yang terjangkau untuk konsumen, merujuk pada harga yang dapat dijangkau atau terjangkau oleh banyak orang atau pasar. Dalam konteks bisnis, harga terjangkau biasanya menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian pelanggan, terutama untuk produk atau layanan yang bersaing dalam pasar yang padat.
- 2) Kesesuaian yang terjadi antara kualitas yang diterima dengan harga yang diberikan, faktor dalam penetapan sebuah harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan tingkatan kualitas produk yang dapat pembeli terima.

- 3) Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis, dengan harga yang ditawarkan tetapi bisa diadu dengan produk yang sejenis yang memiliki harga jual yang lebih tinggi.

Kualitas Film

a. Pengertian Kualitas Film

Menurut (Kotler & Amstrong, 2001) sebuah kualitas ialah karakteristik dari berbagai produk dalam kemampuan memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang penentuannya bersifat laten. Agar dapat mencapai sebuah kualitas produk yang baik maka diperlukannya standarisasi dari kualitas yang nantinya akan menimbulkan sikap masyarakat untuk minat menonton film di bioskop. Sebuah kualitas film perlu dibentuk oleh indikator antara lain, film yang ditayangkan merupakan film yang terbaru (*up to date*), film yang dapat menarik perhatian dan juga tidak terjadi kerusakan atau putus-putus ketika ditayangkan.

Definisi film dari (UU No. 8, 1992), dimana sebuah karya seni dan budaya ialah media komunikasi yang dapat dipandang sekaligus didengar yang dibuat berdasarkan dari sinematografi yang kemudian direkam pada sebuah pita seluloid, pita video, piringan video, atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala ukuran, jenis, dan bentuk yang berbeda-beda dengan melalui proses elektronik, kimiawi ataupun lainnya, dengan adanya suara atau juga dapat tanpa suara, yang ditontonkan atau ditayangkan dengan menggunakan sistem yang biasa disebut proyeksi elektronik, mekanik, dan lain sebagainya.

b. Faktor-Faktor Kualitas Film

Produk juga biasa diklasifikasikan berdasarkan berbagai hal . Terdapat banyak sekali klasifikasi dalam suatu produk yang dipaparkan oleh para ahli pemasaran, diantaranya pendapat yang disebutkan (Kotler, 2005), produk dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam, seperti pada bagian berikut :

1. Didasari berdasarkan hasil wujudnya, produk dapat dibagi ke dalam dua kelompok utama, ialah :
 - a. Barang, merupakan sebuah produk yang memiliki wujud fisik sehingga dapat dipegang, diraba, dilihat, dirasa, dipindahkan, dan dapat diperlakukan fisik lainnya.
 - b. Jasa, manfaat ataupun kepuasan yang sedang ditawarkan untuk kemudian akan dijual (dikonsumsi oleh pihak lain). Seperti halnya tempat kesehatan, salon kecantikan, hotel, tempat wisata dan lain sebagainya. (Kotler, 2005) jasa merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang kemudian pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
2. Berdasarkan dari daya tahannya produk dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu :
 - a. Barang Tidak Dapat Bertahan Lama (*nondurable goods*), barang yang tidak tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya dapat langsung habis untuk sekali konsumsi ataupun beberapa pemakaian saja. Dengan kata lain, dimana kondisi sebuah pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya: makanan, minuman kaleng, pasta gigi, odol dan lainnya.
 - b. Barang Yang Tahan Lama (*durable goods*), barang tahan lama merupakan sebuah barang atau produk yang berwujud dan biasanya memiliki daya tahan lama untuk pemakaiannya (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal lebih dari satu tahun). Contohnya yaitu tv, kompor, mesin cuci, lemari es, dll.
 - c. Barang berdasarkan tujuan konsumsi yang didasarkan untuk siapa pemakainya dan untuk apa produk tersebut dikonsumsi, maka dikelompokkan menjadi 2 antara lain :
 - 1) Barang Untuk Konsumsi (*consumer's goods*), barang konsumsi dapat diartikan dengan sebuah produk atau barang yang dapat langsung dikonsumsi tanpa perlu melalui pemrosesan yang lebih lanjut.
 - 2) Barang Industri (*industrial's goods*), barang sebagai industri merupakan jenis produk yang masih harus dilakukan berbagai pemrosesan lebih lanjut agar dapat mendapatkan suatu manfaat yang diinginkan. Biasanya hasil dari pemrosesan barang untuk industri dapat dijual kembali kepada konsumen.

c. Indikator Kualitas Film

Ada beberapa indikator menurut (Tjiptono, 2008), berpendapat dimensi sebuah kualitas produk (*film*) meliputi beberapa macam sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*)

Yaitu karakteristik operasi adalah pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kenyamanan dalam menonton, sound system bioskop, gambar film yang ditampilkan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemungkinan kecil yang akan mengalami kerusakan atau kecacatan, misalnya film terlambat main dari jadwal yang telah ditentukan, kursi ada yang goyang, dan lain sebagainya.

3. Up to Date (Terkini)

Berkaitan dengan memberikan tayangan film yang terbaru untuk berapa lama film tersebut dapat terus ditonton atau ditayangkan. Dimensi ini mencakup lamanya penayangan suatu film di bioskop tersebut.

4. Estetika (*Asthetic*)

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Karena produk di penelitian ini adalah film maka estetika yang bisa dilihat bagusya bentuk gedung serta pencahayaan yang pas menurut konsumen.

Hubungan Antar Variabel

a. Pengaruh Fasilitas Bioskop Terhadap Minat Beli Penonton

Tjiptono (2014) berpendapat bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang biasanya ada sebelum menawarkan sesuatu kepada penonton. Fasilitas adalah sesuatu yang penting didalam usaha jasa, maka dari itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain eksterior maupun interior sekaligus kebersihan harus lebih dipertimbangkan terutama kegiatan yang berkaitan langsung dengan konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman. Didalam sebuah perusahaan agar dapat mencapai tujuan, diperlukannya sebuah alat pendukung yang digunakan untuk sebuah proses ataupun aktivitas didalam perusahaan. Fasilitas yang digunakan pun juga bermacam-macam mulai dari sebuah bentuk, jenis ataupun manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan maka dapat disimpulkan bahwa semakin lengkap pula sarana pendukung untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

Berdasarkan dari teori tersebut hubungan antara fasilitas dengan minat beli penonton didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan Febrianti & Apriyanti (2023) hasil penelitian tersebut diketahui bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap minat beli untuk berkunjung. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dengan fasilitas yang sangat memadai dapat memberikan pengaruh pada minat beli penonton itu sendiri.

H1 : X1 berpengaruh signifikan terhadap Y.

b. Pengaruh Harga Tiket Bioskop terhadap Minat Beli Penonton

Menurut (Kotler & Armstrong G, 2012) harga merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan pemilihan merk yang nantinya akan berkesinambungan dengan keputusan dari pembelian seorang konsumen. Ketika mereka memilih diantara merk-merk yang ada konsumen akan dapat mengevaluasi harga dan kemudian membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan transaksi pembelian. Pendapat lain dari (Swastha, 2010) harga ialah jumlah uang yang dibutuhkan untuk dapat mendapat sejumlah uang yang berasal dari barang beserta pelayanannya.

Berdasarkan dari teori tersebut hubungan antara harga tiket dengan minat beli penonton didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan Nizhamuddin A dkk (2023) hasil penelitian tersebut diketahui bahwa variabel harga tiket berpengaruh positif terhadap minat beli penonton. Hal tersebut dapat diartikan bahwa jika harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan maka akan berpengaruh pada minat beli penonton.

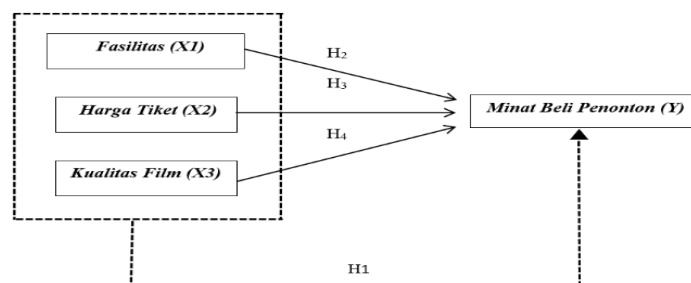
H2 : X2 berpengaruh signifikan terhadap Y.

c. Pengaruh Kualitas Film Bioskop Terhadap Minat Beli Penonton

Kotler & Amstrong (2001) sebuah kualitas ialah karakteristik dari berbagai produk dalam kemampuan memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang penentuannya bersifat laten. Agar dapat mencapai sebuah kualitas produk yang baik maka diperlukannya standarisasi dari kualitas yang nantinya akan menimbulkan sikap masyarakat untuk minat menonton film di bioskop. Sebuah kualitas film perlu dibentuk oleh indikator antara lain, film yang ditayangkan merupakan film yang terbaru (up to date), film yang dapat menarik perhatian dan juga tidak terjadi kerusakan atau putus-putus ketika ditayangkan. Definisi film dari (UU No. 8, 1992), dimana sebuah karya seni dan budaya ialah media komunikasi yang dapat dipandang sekaligus didengar yang dibuat berdasarkan dari sinematografi yang kemudian direkam pada sebuah pita seluloid, pita video, piringan video, atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala ukuran, jenis, dan bentuk yang berbeda-beda dengan melalui proses elektronik, kimiawi ataupun lainnya, dengan adanya suara atau juga dapat tanpa suara, yang ditontonkan atau ditayangkan dengan menggunakan sistem yang biasa disebut proyeksi elektronik, mekanik, dan lain sebagainya.

Berdasarkan dari teori tersebut hubungan antara kualitas film dengan minat beli penonton didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan Mardianto dkk (2022) hasil penelitian tersebut diketahui bahwa variabel kualitas film berpengaruh positif terhadap minat beli penonton. Hal tersebut dapat diartikan bahwa jika bioskop dapat memberikan kualitas film semaksimal mungkin maka hal tersebut akan berpengaruh pada minat beli penonton.

H3 : X3 berpengaruh signifikan terhadap Y.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

Pada penelitian ini, jenis yang digunakan adalah *explanatory research*. (Sugiyono, 2017) *explanatory research* adalah metode penelitian untuk dapat menjelaskan sebuah kedudukan dari setiap variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Metode penelitian *explanatory* ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, dari hal tersebut akan menemukan hasil yang selanjutnya akan diketahui seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat yang telah ditentukan yaitu mengenai “Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket, dan Kualitas Film Terhadap Minat Beli Penonton Movimax Kota Malang”. Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif kausal, dengan teknik survey menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah pengunjung Movimax Kota Malang yang pernah mengunjungi Movimax di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel *Non-probability Sampling* dengan kategori *Judgmental Sampling*, yaitu hanya ditargetkan kepada pengunjung yang pernah membeli tiket Bioskop Movimax Kota Malang. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu :

1. Usia responden > 17 tahun, karena pada usia tersebut seseorang sudah dikatakan dewasa sehingga ia dapat memberikan pengamatan sekaligus penilaian secara lebih baik.
2. Pernah berkunjung ke bioskop Movimax Mall Dinoyo Kota Malang minimal 2 kali.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus teori Roscoe. Teori Roscoe mengatakan bahwa bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (kolerasi atau regresi linear berganda), maka jumlah dalam anggota sampel minimal $10 \times$ jumlah variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2010:130). Jadi karena penelitian ini terdiri dari 4 variabel, maka jumlah sampelnya adalah $4 \times 10 = 40$ Responden. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta normalitas. Selain itu, untuk metode pengolahan data menggunakan uji asumsi klasik yakni multikolonieritas dan heteroskedastisitas, regresi linier berganda, lalu pengujian hipotesis menggunakan uji F (simultan), uji t (parsial), dan Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:175), uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan atau validitas suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya dapat secara tepat menggambarkan atau mengukur aspek yang dimaksud oleh kuesioner tersebut.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Minat Beli Penonton	Y1	0,667	0,312	Valid
	Y2	0,745	0,312	Valid
	Y3	0,762	0,312	Valid
	Y4	0,811	0,312	Valid
Fasilitas	X1.1	0,734	0,312	Valid
	X1.2	0,826	0,312	Valid
	X1.3	0,803	0,312	Valid
	X1.4	0,825	0,312	Valid
Harga Tiket	X2.1	0,885	0,312	Valid
	X2.2	0,867	0,312	Valid
	X2.3	0,884	0,312	Valid
Kualitas Film	X3.1	0,864	0,312	Valid
	X3.2	0,874	0,312	Valid
	X3.3	0,711	0,312	Valid
	X3.4	0,812	0,312	Valid

Sumber Data : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 1, nilai kritik (r tabel) dari pengujian ini 0,312 dengan $df = n-2$, taraf signifikan 0,05 (5%). Instrumen dikatakan valid karena r hitung $>$ r tabel.

Uji Reliabilitas

Pendapat Arikunto (2010:221), reliabilitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data, menunjukkan bahwa instrumen tersebut telah mencapai tingkat kebaikan yang memadai untuk digunakan.

Tabel 2 hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reabilitas	Crombach's Alpha	Keterangan
Y	0,729	0,6	Reliabel
X1	0,806	0,6	Reliabel
X2	0,847	0,6	Reliabel
X3	0,830	0,6	Reliabel

Sumber Data : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 2, semua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60, sehingga uji reliabilitas ini dapat dikatakan lolos. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian, yaitu minat beli penonton, fasilitas, harga tiket, dan kualitas film dinyatakan sebagai reliabel.

Uji Normalitas

Menurut Santoso (2017:42), tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai sejauh mana distribusi data sesuai atau mendekati distribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14057498
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.066
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber Data : Data diolah 2024

Tabel 3 menunjukkan hasil uji normalitas, dengan nilai Asymp. Sig. sebesar 2,00 > dari 0,05, yang menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian, distribusi data penelitian ini dapat dinyatakan normal atau lolos uji normalitas.

Uji Multikolonieritas

Menurut pendapat dari (Ghozali, 2018), tujuan dari adanya uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas didalam model regresi.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
	(Constant)	-.216	1.998		-.108	.915	
	Fasilitas	.607	.170	.524	3.563	.001	.398
	Harga Tiket	.428	.122	.425	3.514	.001	.570
	Kualitas Film	.470	.123	.461	3.810	.001	.538

Sumber Data : Data diolah 2024

Berdasarkan Tabel 4 hasil pengujian multikolinearitas maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai VIF < 10 dengan nilai *Tolerance* > 0,1, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

(Ghozali, 2018) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	1.265	1.231		1.028
	Fasilitas	.112	.105	.271	1.065
	Harga Tiket	-.014	.076	-.039	.185
	Kualitas Film	-.128	.079	-.354	1.613

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber Data : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 5 hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki tingkat signifikan > 0,05. Maka dapat disimpulkan model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas di dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Model regresi merupakan sebuah model yang digunakan sebagai menganalisis adanya pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand, 2006).

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.216	1.998		-.108	.915
	Fasilitas	.607	.170	.524	3.563	.001
	Harga Tiket	.428	.122	.425	3.514	.001
	Kualitas Film	.470	.123	.461	3.810	.001

a. Dependent Variable: Minat Beli

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber Data : Data diolah 2024

Pada Tabel 6 bisa diketahui persamaan linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

$$Y = 0,216 + 0,607X_1 + 0,428X_2 + 0,470X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Minat Beli Penonton)

X₁ = Variabel bebas (Fasilitas)

a = Bilangan konstanta atau nilai tetap

X₂ = Variabel bebas (Harga Tiket)

b₁- b₃ = Koefisien variabel dari X₁ hingga X₃

X₃ = Variabel bebas (Kualitas Film)

E = Standar error (Error of term 5%)

Berdasarkan model regresi tersebut, maka hasil dari regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai Konstanta (α) sebesar 0,216 menunjukkan hubungan antara variabel independen fasilitas (X₁), harga tiket (X₂) dan kualitas film (X₃) atau nol maka nilai minat beli penonton sebesar 0,216 (konstan).
- Nilai Koefisien regresi (b₁) = 0,607, artinya apabila nilai koefisien regresi fasilitas (X₁) positif maka minat beli penonton (Y) yang dicapai akan positif dengan asumsi variabel harga tiket (X₂) dan kualitas film (X₃) dianggap tetap (konstan).
- Nilai Koefisien regresi (b₂) = 0,428, artinya apabila nilai koefisien harga tiket (X₂) positif maka minat beli penonton (Y) yang dicapai akan positif dengan asumsi variabel fasilitas (X₁) dan kualitas film (X₃) dianggap tetap (konstan).
- Nilai Koefisien regresi (b₃) = 0,470, artinya apabila nilai koefisien regresi kualitas film (X₃) positif maka minat beli penonton (Y) yang dicapai akan positif dengan asumsi variabel fasilitas (X₁) dan harga tiket (X₂) dianggap tetap (konstan).

Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) secara bersama-sama atau keseluruhan memberikan pengaruh yang signifikan.

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112.864	3	37.621	26.695	.000
	Residual	50.736	36	1.409		
	Total	163.600	39			

Sumber Data : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai sig 0,00 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa

variabel fasilitas (X1), harga tiket (X2), dan kualitas film (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat beli penonton (Y).

Uji t (Uji Parsial)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014).

Tabel 8 Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.265	1.231	1.028	.311
	Fasilitas	.112	.105	.271	.065
	Harga Tiket	-.014	.076	-.039	.854
	Kualitas Film	-.128	.079	-.354	.115

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber Data : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 8 uji t dapat dianalisa sebagai berikut ini :

1. Fasilitas (X1), didapatkan hasil bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap minat beli penonton dikarenakan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Harga Tiket (X2), didapatkan hasil bahwa harga tiket berpengaruh terhadap minat beli penonton dikarenakan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.
3. Kualitas (X3), didapatkan hasil bahwa variabel kualitas film berpengaruh terhadap minat beli penonton dikarenakan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

(Ghozali, 2013) berpendapat mengenai Koefisien Determinasi *Adjusted R²* pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari model dalam menerangkan sebuah variasi variabel independen.

Tabel 9 Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.690	.664	1.187

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga Tiket, Kualitas Film

Sumber Data : Data diolah 2024

Pada tabel 9 hasil uji koefisien Determinasi (*Adjusted R²*) terdapat sebesar 0,664. Hasil menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu fasilitas (X1), harga tiket (X2), dan kualitas film (X3) mampu menjelaskan variabel terikat yaitu minat beli penonton (Y) adalah sebesar 66,4%, sedangkan 33,6% lainnya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Fasilitas Bioskop Terhadap Minat Beli Penonton

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa (H2) variabel fasilitas berdampak positif dan signifikan terhadap minat beli penonton Bioskop Movimax Kota Malang. Hal ini membuktikan bahwa apabila fasilitas semakin ditingkatkan maka minat beli penonton pun juga akan ikut meningkat. Hal ini sejalan dengan pendapat (Tjiptono, 2014) yang menjelaskan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum menawarkan sesuatu kepada penonton. Fasilitas merupakan sesuatu penting dalam usaha jasa harus lebih dipertimbangkan terutamanya yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung agar konsumen merasa aman dan

nyaman.

Pengaruh Harga Tiket Bioskop Terhadap Minat Beli Penonton

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa (H3) variabel harga tiket berdampak positif dan signifikan terhadap minat beli penonton Bioskop Movimax Kota Malang. Hal ini membuktikan bahwa apabila harga tiket terus dijaga dan diperhatikan maka minat beli penonton pun juga akan ikut meningkat. Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Kotler & Armstrong G, 2012) bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan pemilihan merk yang nantinya akan berkesinambungan dengan keputusan dari pembelian seorang konsumen. Ketika mereka memilih diantara *merk-merk* yang ada konsumen akan dapat mengevaluasi harga dan kemudian membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan transaksi pembelian.

Pengaruh Kualitas Film Bioskop Terhadap Minat Beli Penonton

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) dapat menunjukkan bahwa (H4) variabel kualitas film berdampak positif dan signifikan terhadap minat beli penonton Bioskop Movimax Kota Malang. Hal ini membuktikan bahwa apabila kualitas film disajikan dengan menarik dan totalitas maka pengunjung pun juga akan merasa puas. Hal ini sejalan dengan (Armstrong 2010) yang menjelaskan bahwa kualitas film dibuat dengan menarik yang menayangkan film secara *up to date*. Film yang disajikan harus terlihat menarik tidak ada cacat ataupun pecah-pecah saat ditayangkan. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukannya standarisasi kualitas yang dapat menimbulkan sikap seseorang terhadap minat menonton film di bioskop.

Kesimpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan dari hasil uraian penelitian dan pembahasan maka bisa ditarik simpulan bahwa fasilitas, harga tiket, dan kualitas film berpengaruh positif secara parsial maupun simultan terhadap minat beli penonton Bioskop Movimax.

Saran

Terdapat beberapa saran yang ditujukan untuk pengelola Bioskop Movimax sebaiknya bisa lebih memperhatikan dan memperbaiki marketing yang ada. Agar pengunjung dapat lebih tertarik dan memprioritaskan pilihan menonton di Bioskop Movimax dibandingkan dengan bioskop lainnya. Selain itu, diharapkan pengelola Bioskop Movimax bisa lebih memperhatikan kualitas sound dan juga gambar film yang ditampilkan agar pengunjung akan merasa lebih puas saat menonton. Diharapkan dengan adanya perhatian dari pengelola bioskop Movimax mampu memberikan peningkatan minat penonton untuk datang ke bioskop Movimax.

Referensi

- Aulianto, D., Asmara, U., & Subroto, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Penonton Pengguna Aplikasi Tiket Bioskop Online. *Jurnal Program Pascasarjana Ilkom Universitas Padjajaran*, 10(2).
- Barizah. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Film, Komunitas, dan Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton (Studi Pada Penonton Bioskop Mandala 21 di Kota Malang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya., Malang.
- Daradjat, Z. (2012). *Fasilitas Transportasi Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (Vol. 10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ema, M. (2012). *Analisi Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunikasi dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton (Studi kasus pada*

- Penonton Bioskop Entertainment Plaza Semarang Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP Semarang*). Skripsi Universitas Diponegoro , Semarang.
- Febrianti, E., & Apriyanti. (2023). Pengaruh Fasilitas, Kemudahan Pembayaran, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket CGV Cinemas (Studi Pada Pelanggan Bioskop CGV Cinemas Plaza Lawu Madiun). *Jurnal Simba September 2023*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (7 ed.). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mardianto, D., Syahril, & Handayani, D. (2022). Pengaruh Kualitas Film, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menonton (Studi Pada Penonton Bioskop Cinema XXI di Transmart Padang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 116–123.
- Napitupulu, L. S. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan M-Tix Terhadap Beli Tiket Bioskop Online di XXI Mall SKA Pekanbaru*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). jurnal ekonomi, bisnis dan manajemen. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, 7(1), 43–53.
- Nizhamuddin A, B., Chulsum, U., Putra, A. S. A., Akbar, R. F., & Hafizh, F. (2023). Analisis Persepsi Masyarakat Kota tarakan Terkait Kualitas Layanan, Kondisi Fasilitas, dan Harga Terhadap Minat Kunjungan Ke Bioskop XXI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2).
- Sari, I. (2017). *Sistem Informasi Pendataan Koleksi Film Cinema XXI pada CV Bintang Makmur Audio Medan*. Medan: Universitas Potensi Utama Medan Sumatra Utara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima 2*. Yogyakarta: Andi.
- UU No. 8. (1992). *Undang-Undang Republik Indonesia NO.8 Tahun 1992 tentang perfilman*.

Fiona Hananto Putri *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono **) Adalah Dosen FEB Unisma

Ratna Tri Hardaningtyas ***) Adalah Dosen FEB Unisma