

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP MINAT MENONTON DI BIOSKOP AMBARRUKMO XXI**

**YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**Otniel Lucas Jaky Latupeirissa**

**2119 30835**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

**YOGYAKARTA**

**JUNI 2023**

## TUGAS AKHIR

### PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENONTON DI BIOSKOP AMBARRUKMO XXI YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**OTNIEL LUCAS JAKY LATUPEIRISSA**

**Nomor Induk Mahasiswa: 211930835**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 15 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S. M.)

**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing



Miswanto Dr., M.Si.

Penguji



Isnanda Zainur Rohman, S.E., M.M.

Yogyakarta, 15 Juni 2023  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

## ABSTRAK

Era globalisasi yang terus maju membuat cara pandang masyarakat terus berubah, baik dari gaya hidup maupun kebutuhan sehari-hari. Salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi adalah kebutuhan hiburan, dan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan hiburan tersebut adalah dengan menonton film di bioskop. Ada 8 bioskop yang tersebar di kota Yogyakarta dan salah satunya merupakan bioskop Ambarrukmo XXI yang terletak di mall Ambarrukmo Plaza.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, serta untuk pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang memperoleh 254 responden. Hasil dari penelitian ini secara pasial adalah gaya hidup (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas layanan (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta (Y).

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Harga, Lokasi, Kualitas Layanan, dan Minat Menonton.

### Pendahuluan

Era globalisasi yang terus maju dan berkembang ini membuat cara pandang masyarakat umum terus berubah, baik dari gaya hidup dan kebutuhan sehari-hari. Salah satu kebutuhan yang perlu untuk dipenuhi yaitu kebutuhan hiburan dan salah satu cara alternatif untuk memenuhi kebutuhan hiburan adalah dengan menonton film di bioskop (Kasiati & Rosmalawati, 2016). Menonton film di bioskop merupakan hal yang paling mudah untuk dinikmati dan sudah menjadi salah satu gaya hidup di era sekarang, khususnya kalangan anak muda.

Kota Yogyakarta sendiri memiliki 8 bioskop dan salah satunya adalah bioskop Ambarrukmo XXI yang berada di Mall Plaza Ambarrukmo. Bioskop Ambarrukmo XXI memiliki salah satu keuntungan karena lokasinya yang berada dalam mall, dan mall Plaza Ambarrukmo merupakan salah satu mall yang paling terkenal dan juga selalu ramai oleh pengunjung dalam kota maupun luar kota. Dari segi harga dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh bioskop Ambarrukmo XXI juga tidak kalah menjanjikan terutama pada studio *premier* yang difasilitasi dengan sofa, selimut, serta ruang tunggu khusus sebelum menonton film (Nugraha, 2014). Harga studio *premier* memang mahal jika dibandingkan dengan harga studio reguler, tetapi layanan yang diterima di studio *premier* memang beda jauh dengan studio reguler.

Dari latar belakang yang sudah terjabarkan di atas ini, penulis tertarik untuk meneliti apakah gaya hidup, harga, lokasi serta kualitas layanan memang berpengaruh terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta. Jika dirinci tujuan dari penelitian kali ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta.

### Tinjauan Teori

#### Perilaku Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2008) menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan proses seorang individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli serta menggunakan barang atau jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

#### Minat Beli

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Kotler & Keller (2009), mengungkapkan bahwa minat beli adalah respon sebuah perilaku konsumen kepada suatu barang atau jasa yang menunjukkan keinginan seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Mardiasika (2015) yang dikutip oleh Singal et al. (2019), ada beberapa dimensi minat beli konsumen, antara lain: (1) minat transaksional; (2) minat referensial; (3) minat preferensial; (4) minat eksploratif.

## **Gaya Hidup**

Menurut Kotler & Keller (2016) yang dikutip oleh Astuti (2020), gaya hidup adalah pola hidup seorang manusia di dunia ini yang dicurahkan melalui kegiatan, minat, dan pendapatnya. Menurut Sumarwan (2011) yang dikutip oleh Agustina (2019) ada beberapa indikator gaya hidup seseorang, antara lain: (1) kegiatan/*activity*; (2) minat/*interest*; (3) opini/*opinion*.

## **Harga**

Menurut Tjiptono (2008) yang dikutip dalam Mega (2012), harga yaitu sejumlah uang yang mempunyai kegunaan tertentu agar mendapatkan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler & Armstrong (2001) yang dikutip oleh Pramono (2012), menjelaskan pengertian tentang harga yang merupakan sejumlah uang yang ditukarkan oleh seorang konsumen agar mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan.

## **Lokasi**

Menurut Swastha (2000) yang dikutip oleh Salim & Nurdin (2020), menggambarkan bahwa lokasi merupakan tempat untuk menjalankan kegiatan usaha. Sedangkan menurut Tarigan (2006) yang dikutip oleh Mega (2012), lokasi adalah ilmu yang menjelaskan tentang tata ruang aktivitas ekonomi yang hubungannya memiliki pengaruh dengan aktivitas ekonomi maupun sosial.

## **Kualitas Layanan**

Menurut Tjiptono (2014) yang dikutip dalam Barizah (2018), menjelaskan pada dasarnya bahwa kualitas layanan merupakan tingginya sebuah keunggulan dari yang diharapkan, yang dimana tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kepuasan seorang konsumen. Menurut Lupiyoadi & Hamdani Ahmad (2006), dalam kualitas layanan terdapat lima dimensi, antara lain: (1) *Tangible*; (2) *Reliability*; (3) *Responsiveness*; (4) *Assurance*; (5) *Empaty*.

## **Hipotesis**

H1: Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap minat menonton.

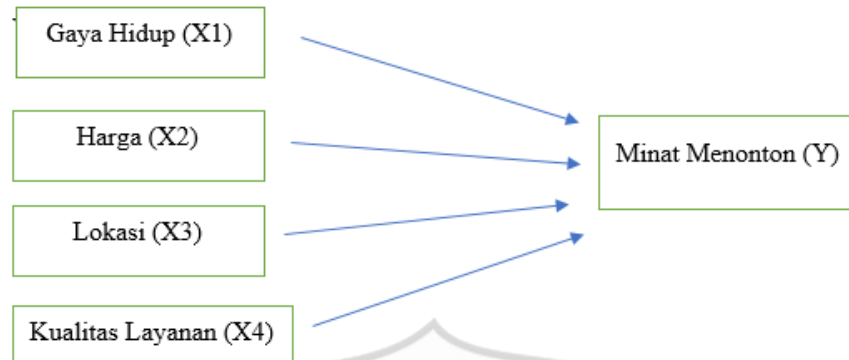
H2: Harga berpengaruh positif terhadap minat menonton.

H3: Lokasi berpengaruh positif terhadap minat menonton.

H4: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menonton.

## **Kerangka Penelitian**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



## Metodologi Penelitian

Lingkup penelitian yang di targetkan adalah masyarakat yang sudah pernah menonton film di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta, baik itu masyarakat kota jogja maupun dari luar kota. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form* yang disebarakan melalui media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Pengukurannya adalah skala likert. Jumlah responden yang didapatkan berjumlah 254 responden.

Teknik analisis data menggunakan 9 uji, antara lain:

### - Uji validitas

Ghozali (2012) dalam kutipan Astuti (2020), menyatakan bahwa uji validitas menyatakan bahwa uji validitas difungsikan agar dapat mengukur validitas atau keefektifan terhadap suatu kuesioner. Dalam teknik tersebut jika ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ) bisa dinyatakan valid atau signifikan, namun jika ( $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ ) bisa dinyatakan tidak valid atau tidak signifikan (Ghozali, 2005) dalam kutipan Pramono (2012).

### - Uji reliabilitas

Menurut Ferdinand (2006) dalam kutipan Pramono (2012) asal kata dari reliabilitas yaitu *reliability* yang memiliki makna konsisten atau keseimbangan. Ketika suatu variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang tidak lebih dari 0,6 artinya disimpulkan kurang baik, jika nilai *Cronbach's Alpha* 0,7 artinya disimpulkan dapat diterima, sedangkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,8 artinya disimpulkan baik. Kesimpulannya suatu variabel bisa disimpulkan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,6$  (Dewi, 2018).

### - Uji Normalitas

Fungsi dari uji normalitas itu sendiri adalah agar dapat mengetahui di dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen tersebut berdistribusi normal atau tidak normal. Jika suatu variabel tidak berdistribusi normal, hasil uji statistik akan turun (Suliyanto, 2011) yang dikutip dalam kutipan Astuti (2020).

### - Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) dalam kutipan Ardista & Wulandari (2020), fungsi dirancangnya uji multikolinearitas ini adalah untuk menentukan apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel independen dan dependen.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## - Uji Heteroskedastisitas

Metode pengujian heteroskedastisitas ini berfungsi untuk menguji bahwa model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan satu sama lain. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan dalam uji heteroskedastisitas ini yaitu metode uji park, metode uji glejser, metode uji *scatter plot*, metode uji *rank spearman* (Ardista & Wulandari, 2020).

## - Analisis Linear Regresi Berganda

Menurut Haryono & Algifari (2011) menjelaskan bahwa analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui persamaan regresi yang baik dan dapat dipakai untuk menjelaskan nilai dari variabel dependen atau variabel terikat.

## - Uji Koefisien Determinasi

Menurut Suliyanto (2011) dalam kutipan Astuti (2020) uji determinasi atau koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah metode yang berfungsi untuk mengukur kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel dependen.

## - Uji F

Menurut Ghozali (2016) dasar tujuan pada uji F ini adalah untuk memperlihatkan apakah ada sebuah pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

## - Uji T

Menurut Algifari (2016) uji parsial atau uji t ini digunakan para peneliti agar dapat mengetahui pengaruh variabel independen kepada variabel dependen secara positif.

## Hasil dan Analisis Data

### Uji Validitas

Variabel	Kode	r Hitung	r Tabel	Keterangan
GAYA HIDUP	X1.1	0,637	0,122	Valid
	X1.2	0,665	0,122	Valid
	X1.3	0,648	0,122	Valid
	X1.4	0,689	0,122	Valid
HARGA	X2.1	0,799	0,122	Valid
	X2.2	0,767	0,122	Valid
	X2.3	0,609	0,122	Valid
	X2.4	0,745	0,122	Valid
LOKASI	X3.1	0,616	0,122	Valid
	X3.2	0,674	0,122	Valid



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	X3.3	0,591	0,122	Valid
	X3.4	0,584	0,122	Valid
	X3.5	0,531	0,122	Valid
KUALITAS LAYANAN	X4.1	0,696	0,122	Valid
	X4.2	0,665	0,122	Valid
	X4.3	0,583	0,122	Valid
	X4.4	0,657	0,122	Valid
	X4.5	0,603	0,122	Valid
MINAT PENONTON	Y1.1	0,638	0,122	Valid
	Y1.2	0,686	0,122	Valid
	Y1.3	0,617	0,122	Valid
	Y1.4	0,687	0,122	Valid
	Y1.5	0,638	0,122	Valid

Uji validitas dalam penelitian kali ini menggunakan teknik *Bivariate Pearson*, dalam teknik ini jika ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel) bisa dinyatakan valid atau signifikan, namun jika ( $r$  hitung  $<$   $r$  tabel) bisa dinyatakan tidak valid atau tidak signifikan. Dengan responden berjumlah 254, maka nilai  $r$  tabel yang diperoleh sebesar 0,122. Menurut data diatas ini, hasil yang diperoleh di setiap pernyataan kuesioner pada variabel gaya hidup, harga, lokasi, dan kualitas layanan adalah valid, karena pada setiap pernyataan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

## Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Gaya Hidup	0,551	Tidak Reliabel
Harga	0,712	Reliabel
Lokasi	0,557	Tidak Reliabel
Kualitas Layanan	0,642	Reliabel
Minat Beli Penonton	0,658	Reliabel

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam penelitian ini agar dapat mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan itu reliabel atau tidak reliabel adalah dengan melihat nilai pada *Cronbach's Alpha*, jika nilai minimal *Cronbach's Alpha* adalah 0,60 maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Dibawah ini merupakan tabel hasil uji reliabilitas. Menurut pada tabel diatas ini hasil dari variabel harga, kualitas layanan, dan minat beli penonton adalah reliabel. Sedangkan pada variabel gaya hidup dan lokasi tidak reliabel.

## Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		254
Normal Parameters	Mean	0E - 7
	Std. Deviation	162,163,792
	Absolute	0,077
Most Extreme Differences	Positive	0,037
	Negative	-0,077
Kolmogorov-Smirnov Z		1,226
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,099

Untuk penelitian kali ini metode yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah metode Kolmogorov-Smirnov, yang bertujuan untuk mengetahui hasil data penelitian berdistribusi normal adalah dengan melihat apakah nilai signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05. Dibawah ini merupakan hasil dari uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Pada tabel diatas ini, hasil nilai signifikan adalah 0,099 yang artinya lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hasil data penelitian berdistribusi normal.

## Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Gaya Hidup	0,735 (> 0,1)	1,361 (< 10)	Tidak terjadi Multikolinearitas
Harga	0,561 (> 0,1)	1,783 (< 10)	Tidak terjadi Multikolinearitas
Lokasi	0,574 (> 0,1)	1,744 (< 10)	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kualitas Layanan	0,578 (> 0,1)	1,730 (< 10)	Tidak terjadi Multikolinearitas

Agar dapat mengetahui adanya multikolinearitas pada suatu variabel dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan nilai *VIF*. Jika nilai *tolerance* diatas 1 atau 0,1 dan nilai *VIF* dibawah 10,00 dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas. Dibawah ini merupakan hasil dari uji



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

multikolinearitas. Berdasarkan tabel diatas ini dapat disimpulkan bahwa hasil data penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

## Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (2 tailed)	Keterangan
Gaya Hidup	0,766 (> 0,05)	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Harga	0,845 (> 0,05)	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Lokasi	0,745 (> 0,05)	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan	0,910 (> 0,05)	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas adalah metode *rank spearman*, yang dimana jika nilai sig (2 tailed) lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada data penelitian. Berdasarkan tabel 4.9 maka dapat disimpulkan data penelitian tidak terdapat masalah heteroskedastisitas karena nilai sig (2 tailed) lebih besar dari 0,05.

## Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,745	1,308		1,334	0,184
X1	0,186	0,059	0,166	3,168	0,002
X2	0,424	0,070	0,363	6,062	0,000
X3	0,231	0,072	0,189	3,193	0,002
X4	0,172	0,063	0,160	2,720	0,007

Persamaan regresi pada hasil analisis diatas ini:

$$Y = 1,745 + 0,186X_1 + 0,424X_2 + 0,231X_3 + 0,172X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas ini dapat dijabarkan sebagai berikut ini:

1. Konstanta sebesar 1,745 memiliki makna bahwa nilai setiap variabel independen (X1, X2, X3, X4) adalah 0, maka nilai variabel y adalah 1,745.
2. Koefisien variabel gaya hidup (X1) memiliki nilai sebesar 0,186. Maknanya adalah jika gaya hidup bertambah 1 (asumsi bahwa variabel independen lainnya tidak berubah), maka nilai minat menonton akan bertambah 0,186.
3. Koefisien variabel harga (X2) memiliki nilai sebesar 0,424. Maknanya adalah jika harga bertambah 1 (asumsi bahwa variabel independen lainnya tidak berubah), maka nilai minat menonton akan bertambah 0,424.
4. Koefisien variabel lokasi (X3) memiliki nilai sebesar 0,231. Maknanya adalah jika lokasi bertambah 1 (asumsi bahwa variabel independen lainnya tidak berubah), maka nilai minat menonton akan bertambah 0,231.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5. Koefisien variabel kualitas layanan (X4) memiliki nilai sebesar 0,172. Maknanya adalah jika kualitas layanan bertambah 1 (asumsi bahwa variabel independen lainnya tidak berubah), maka nilai minat menonton akan bertambah 0,172.

Berdasarkan penjelasan diatas ini bisa disimpulkan bahwa X2 (harga) memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap variabel Y (minat menonton) karena X2 (harga) memiliki nilai yang paling besar daripada variabel independen lainnya.

## Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of The Estimate
1	0,707	0,499	0,491	1,634

Berdasarkan tabel diatas ini, nilai *Adjust R Square* yang dihasilkan adalah 0,491 yang dimana variabel independen gaya hidup, harga, lokasi, kualitas layanan mempengaruhi variabel dependen minat menonton sebesar 49,1%. Sedangkan sisa dari 49,1% adalah 50,9% atau 0,509 yang merupakan besarnya kemampuan variabel independen yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang mampu mempengaruhi variabel dependen.

## Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	663,124	4	165,781	62,045	0,000
	Residual	665,317	249	2,672		
	Total	1,328,441	253			

Uji F ini digunakan agar dapat mengetahui variabel gaya hidup (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas layanan (X4) secara simultan berpengaruh terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI. Dengan jumlah responden 254 maka nilai df yang didapatkan adalah 249, dari nilai df tersebut diperoleh nilai f tabel sebesar 3,032. Berdasarkan tabel 4.13 diatas ini, bisa disimpulkan bahwa setiap variabel independen (gaya hidup, harga, lokasi, dan kualitas layanan) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (minat menonton), karena nilai nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan f hitung ( $62,045 > 3,032$ ) f tabel.

## Uji T

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,745	1,308		1,334	0,184
TOTAL_X1	0,186	0,059	0,166	3,168	0,002
TOTAL_X2	0,424	0,070	0,363	6,062	0,000
TOTAL_X3	0,231	0,072	0,189	3,193	0,002
TOTAL_X4	0,172	0,063	0,160	2,720	0,007

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam uji t ini digunakan untuk menguji sebuah data penelitian bahwa setiap variabel independen pada data penelitian mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 serta nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, artinya penelitian tersebut dapat diterima dan berpengaruh positif.

## 1. Pengaruh Gaya Hidup (X1) terhadap Minat Menonton

Dari hasil pengujian data yang sudah dilakukan memperlihatkan bahwa gaya hidup pada penelitian ini mempunyai t hitung sebesar 3,168 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel 1,969 dan nilai signifikan adalah 0,002 lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H1 dengan pernyataan adanya pengaruh gaya hidup terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta diterima.

## 2. Pengaruh Harga (X2) terhadap Minat Menonton

Dari hasil pengujian data yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa harga pada penelitian ini mempunyai t hitung sebesar 6,082 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel 1,969 dan nilai signifikan adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H2 dengan pernyataan adanya pengaruh harga terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta diterima.

## 3. Pengaruh Lokasi (X3) terhadap Minat Menonton

Dari hasil pengujian data yang sudah dilakukan memperlihatkan bahwa lokasi pada penelitian ini mempunyai t hitung sebesar 3,193 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel 1,969 dan nilai signifikan adalah 0,002 lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H3 dengan pernyataan adanya pengaruh lokasi terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta diterima.

## 4. Pengaruh Kualitas Layanan (X4) terhadap Minat Menonton

Dari hasil pengujian data yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa kualitas layanan pada penelitian ini mempunyai t hitung sebesar 2,720 yang dimana nilai ini lebih besar dari t tabel 1,969 dan nilai signifikan adalah 0,007 lebih kecil dari 0,05. Jadi kesimpulannya adalah H4 dengan pernyataan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta diterima.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Menonton di Bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta

Gaya hidup adalah pola kehidupan setiap individu dimana mereka dapat mengekspresikannya dengan aktivitas, minat, serta opini. Jika dilihat dari jawaban para responden yang sudah pernah menonton film di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta maka gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI. Apa yang dihasilkan pada penelitian kali ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Singal et al., 2019), (Ardista & Wulandari, 2020) yang juga menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat beli.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 2. Pengaruh Harga terhadap Minat Menonton di Bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta

Jika dilihat dari jawaban para responden yang ada maka harga berpengaruh positif terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI. Apa yang dihasilkan pada penelitian kali ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Singal et al., 2019), (Wiranata & Islamuddin, 2021), (Ardista & Wulandari, 2020) yang menyatakan kalau harga berpengaruh positif terhadap minat beli.

## 3. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Menonton di Bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta

Jika dilihat dari jawaban para responden yang ada maka lokasi berpengaruh secara positif terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI. Apa yang dihasilkan pada penelitian kali ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Singal et al., 2019), (Ardista & Wulandari, 2020) yang menyatakan kalau lokasi berpengaruh terhadap minat beli.

## 4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Penonton di Bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta

Jika dilihat dari jawaban para responden yang ada maka kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI. Apa yang dihasilkan pada penelitian kali ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Barizah, 2018), (Wiranata & Islamuddin, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap minat beli.

### Kesimpulan

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta
4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta

### Saran

1. Bagi perusahaan

Jika dilihat dari hasil penelitian serta pembahasan gaya hidup, harga, lokasi, dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta, jadi perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas layanannya serta menayangkan film film yang sedang trend pada masa sekarang ini agar dapat terus bersaing dengan bioskop lainnya yang ada di kota Yogyakarta.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam mengembangkan penelitian ini dapat juga menambah faktor atau variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli. Metode lainnya juga dapat digunakan dalam meneliti data.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Implikasi

### 1. Implikasi Teoritis

- Gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta, artinya gaya hidup pada masa sekarang ini mendukung masyarakat dari berbagai kalangan untuk memenuhi salah satu kebutuhan hiburannya dalam menonton film di bioskop.
- Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dalam minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta, karena harga yang ada dalam bioskop Ambarrukmo XXI masih bisa menjangkau banyak kalangan masyarakat Yogyakarta, dan juga harga yang diberikan sesuai dengan kualitas akan diterima oleh penonton yang akan menikmati film tersebut.
- Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta. Hal ini menjelaskan bahwa titik lokasi bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta cukup strategis dalam menjangkau banyak masyarakat Yogyakarta. Bukan hanya lokasinya yang strategis melainkan bioskop tersebut berada dalam mall yang dimana hal ini menjadi nilai tambah tersendiri.
- Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta. Kalimat sebelum ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bioskop sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para penonton yang ingin menonton di bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta.

### 2. Implikasi Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh pihak bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta untuk dapat terus mempertahankan serta dapat mengembangkan nilai nilai positif yang sudah ada. Hal ini ditujukan agar terus meningkatkan banyaknya konsumen untuk menjadikan bioskop Ambarrukmo XXI Yogyakarta sebagai tempat favorit untuk menonton film.

## Keterbatasan

Dari seluruh hasil data yang sudah di uji atas tadi, dalam uji reliabilitas ada 2 variabel yang nilai *Cronbach's Alpha*-nya tidak melebihi 0,60 yang artinya 2 variabel tersebut tidak reliabel. Variabel yang pertama adalah variabel gaya hidup dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,551 dan variabel yang kedua adalah variabel lokasi dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,557. Bisa disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak lebih besar dari 0,60 atau hasilnya tidak reliabel. Hal ini bisa terjadi karena beberapa faktor, antara lain:

1. Pertanyaan kuesioner dalam kedua variabel tersebut yang menyebabkan hasil jawaban dari kedua variabel tersebut kurang baik untuk di olah datanya.
2. Kondisi dari responden itu sendiri yang dimana kondisi responden itu tidak sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan dalam kuesioner tersebut.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Daftar Pustaka

- Agustina, D. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Etnosentris terhadap keputusan Pembelian Produk Emina*. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1879/>
- Algifari. (2016). *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis* (Cetakan Kedua). STIE YKPN.
- Ardistia, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>
- Astuti, W. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Pekanbaru*.
- Barizah. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Film, Komunitas. *Ilmiah Mahasiswa*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4911>
- Ghozali, I. (2016). *Analisis Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S., & Algifari. (2011). *Praktikum Statistika dengan Ms Excel dan SPSS*. STIE YKPN Yogyakarta.
- Kasiati, N., & Rosmalawati, N. W. D. (2016). *Praktikum Kebutuhan Dasar Manusia* (Buku ajar).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran: Vol. Cetakan Ketiga* (Edisi Kedua Belas). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Bob Sabran (ed.); 13th ed.). Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani Ahmad. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Mega, Z. (2012). Pengaruh Lokasi, Harga dan Pelayanan terhadap Loyalitas Penghuni Kamar Kos di Cempaka Putih Tengah Jakarta Pusat. *Jurnal Ekonomi*. <http://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/226>
- Nugraha, S. . (2014, December 23). *Nonton Film di Cinema XXI The Premiere Ambarrukmo Makin Nyaman* Artikel ini telah tayang di *TribunJogja.com* dengan judul *Nonton Film di Cinema XXI The Premiere Ambarrukmo Makin Nyaman*. *TribunJogja.Com*. <https://jogja.tribunnews.com/2014/12/23/nonton-film-di-cinema-xxi-the-premiere-ambarrukmo-makin-nyaman>
- Pramono, R. (2012). *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*. <http://eprints.undip.ac.id/35903/>
- Salim, A., & Nurdin, H. (2020). Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Raya Amahami (Kota Bima). *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 132–140. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.740>
- Singal, S. C., Koleangan, R. A. M., & Sepang, J. L. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Lokasi terhadap Minat Menonton di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado* (Vol. 7, Issue 3).



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Wiranata, A., & Islamuddin. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Bencoolen XXI.*

