

PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENONTON DI BIOSKOP CGV BLITZ CINEMAS MANADO

EFFECTS OF LIFESTYLE, PRICE AND LOCATION ON THE INTEREST OF WATCHING AT THE CGV BLITZ CINEMAS MANADO CINEMA

Oleh:

Sindy C. Singal¹

Rosalina A. M. Koleangan²

Jantje L. Sepang³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

sindisingal@gmail.com

Abstrak: Bisnis hiburan merupakan industri jasa yang menyediakan banyak pengalaman untuk dicoba oleh konsumen, salah satunya yaitu bisnis hiburan perfilman di bioskop. Bioskop adalah tempat untuk menonton pertunjukkan film dengan menggunakan layar yang berukuran besar. Di kota Manado sudah tersedia bioskop yang mencapai 6 bioskop besar yang saling bersaing. Salah satu bioskop di kota Manado yang saat ini ramai dikunjungi adalah Bioskop CGV Blitz Cinemas. Bioskop ini merupakan bioskop baru yang ada di kota Manado sehingga berdasarkan kondisi tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang dituangkan dalam karya tulis/skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, harga dan lokasi terhadap minat menonton di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado. Metode penelitian yang dipakai adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sampel berjumlah sebanyak 68 responden. Hasil yang didapatkan adalah gaya hidup, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap minat menonton. Saran kepada pihak Manajemen Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado agar tetap menjaga pelayanan yang baik kepada para pelanggan yang ada, mengenai harga tiket tentunya kompetitif namun tetap terjangkau, kemudian lokasi atau tempat yang ada saat ini sudah sangat bagus dan strategis, mudah untuk diakses para masyarakat yang hobi dalam menonton film di Bioskop, dan tetap mengedepankan konsep modern.

Kata kunci: *gaya hidup, harga, lokasi dan minat menonton*

Abstract: The entertainment business is an industry that provides a lot of experience for consumers to try, one of which is the movie entertainment business in theaters. Cinema is a place to watch film shows using a large attractive screen. In Manado city there are 6 cinemas that compete with each other. One of the cinemas in the city of Manado, which is currently visited, is the CGV Blitz Cinemas Cinema. This cinema is a new cinema in the city of Manado that contains the area, so the authors are interested in working on the research as outlined in the paper / thesis. This study aims to study lifestyle, price and location according to interest in the CGV Blitz Cinemas Manado Cinema. The research method used is a quantitative method using multiple linear regression analysis techniques. The number of samples is 68 respondents. The results obtained are lifestyle, prices and locations that are simultaneously or partially approved of interest in watching. Suggestions for CGV Blitz Cinemas Manado Movie Management so that there is still service for existing customers, regarding competitive ticket prices but still, then the location or place that is currently available is very good and strategic, it is easy to visit people who like to watch films in theaters, and still put forward modern concepts.

Keywords: *lifestyle, price, location and interest in watching*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis hiburan merupakan industri jasa yang menyediakan banyak pengalaman untuk dicoba oleh konsumen, salah satu bisnis hiburan yang menyediakan hal itu seperti industri perfilman khususnya yang akan dibahas adalah bioskop. Bioskop adalah tempat untuk menonton pertunjukkan film dengan menggunakan layar lebar. Hampir semua orang memiliki kegemaran menonton film di bioskop. Di kota Manado sudah banyak tersedia bioskop-bioskop yang mencapai 6 bioskop besar yang saling bersaing. Salah satu bioskop di kota Manado yang saat ini ramai dikunjungi adalah Bioskop CGV Blitz Cinemas. Bioskop ini merupakan bioskop baru yang ada di kota Manado karena kurang lebih baru empat tahun berdiri tetapi sudah banyak diminati oleh masyarakat. Bioskop CGV Blitz Cinemas ini berada di Jl. A. A. Maramis, Kelurahan Paniki Bawah, Kecamatan Mapanget, Kota Manado, atau lebih tepatnya di Mall Grand Kawanua City Walk. Kehadiran Bioskop CGV Blitz Cinemas semakin menambah persaingan yang ada antara pebisnis tempat hiburan industri perfilman yang ada di kota Manado. Sehingga berdasarkan kondisi tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang dituangkan dalam karya tulis/skripsi berjudul: **Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Lokasi terhadap Minat Menonton di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya hidup terhadap minat menonton **di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat menonton **di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat menonton **di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, harga dan lokasi terhadap minat menonton **di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**

TINJAUAN PUSTAKA

Gaya Hidup

Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung jaman. Gaya hidup bisa dilihat dari pakaian, bahasa, kebiasaan dan lain sebagainya. Gaya hidup juga bisa dianggap sebagai perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitasnya yang berkaitan dengan citra dan penampilan (Mahmuda, 2014:14). Untuk melihat dan memahami lebih jauh bagaimana tentang gaya hidup seseorang harus diukur lewat ketiga indikator yang ada yaitu:

1. Activity (Aktivitas)
2. Interest (Minat)
3. Opinion (Pendapat)

Harga

Harga adalah suatu uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan (Haryanto, 2013:134). Dalam penelitian ini variabel harga diukur dengan menggunakan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Lokasi

Suatu lokasi dikatakan strategis apabila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen (Assauri, 2013:210). Berikut ini merupakan indikator-indikator dari Lokasi:

1. Akses
2. Visibilitas
3. Tempat parkir yang luas dan aman
4. Ekspansi
5. Lingkungan

Minat Menonton

Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi (Mardiastika, 2012:15). Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

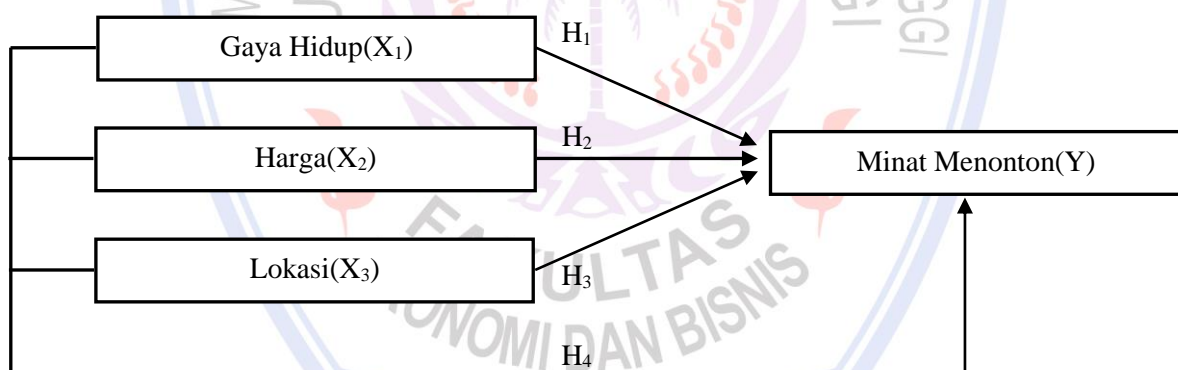
1. Minat Transaksional
2. Minat Refrensial
3. Minat Preferensial
4. Minat Eksploratif

Penelitian Terdahulu

Alkatiri (2017), Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan, potongan harga secara simultan dan secara parsial terhadap minat beli konsumen Matahari Departement Store Mantos. Dalam penelitian ini, terdapat 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik iklan dan potongan harga ditemukan berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Matahari Departement Store Mantos.

Sinambow (2015), Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. Metode analisis yang dipakai yaitu analisis regresi linear berganda. Sampel berjumlah 135 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial harga, lokasi, promosi dan kulaitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Kajian Teori

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, dengan diduga bahwa:

H₁: Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Menonton **di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**

H₂: Harga berpengaruh terhadap Minat Menonton **di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**

H₃: Lokasi berpengaruh terhadap Minat Menonton **di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**

H₄: Gaya Hidup, Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap Minat Menonton **di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.**

METODOLOGI PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Penelitian saat ini adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara tiga variabel ataupun lebih (Sugiyono, 2010:16). Lewat suatu perkembangan teknologi dunia hiburan, yang saat ini semakin menjadi kebutuhan bagi banyak orang, sehingga peneliti ingin meneliti tentang pengaruh gaya hidup, harga dan lokasi sebagai variabel bebas (independen) terhadap minat menonton sebagai variabel terikat (dependen).

Tempat dan Waktu Penelitian

Objek Penelitiandi **Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado, berlokasi di Jl. A. A. Maramis, Kelurahan Paniki Bawah, Kota Manado.** Waktu penelitian selama 6 bulan, mulai dari bulan Oktober 2018 sampai dengan bulan Februari 2019. Penelitian dimulai dari pengajuan judul proposal, pengumpulan data lewat metode wawancara, kuesioner dan disusun menjadi skripsi.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut (i) Penelitian Lapangan: pengamatan, wawancara, kuesioner, dokumentasi. (ii) Penelitian Kepustakaan: mengumpulkan data dari perusahaan, mengumpulkan dokumen tertulis, Menghubungkan data yang diperoleh.

Populasi dan Sampel

Populasi yang ditetapkan yaitu rata-rata jumlah penonton perbulannya yang datang di **Bioskop CGV Blitz Cinemas dari bulan Juli s/d Desember 2018 yang berjumlah 210 penonton.**Metode pengambilan sampel secararandom sampling. Penentuan jumlah sampel, menggunakan Rumus Slovin dimana penetapan nya memperhitungkan batas ketelitian yang dapat mempengaruhi kesalahan pengambilan sampel. Sampel yang akan digunakan sebanyak 68 responden.

Teknik Analisis Data**Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Uji Validitas mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang dikatakan valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur. Uji Reliabilitas untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan akan dikatakan reliabel jika jawabannya adalah konsisten/stabil dari waktu ke waktu.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji Multikolinearitas, menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji Heteroskedastisitas, untuk menguji dalam sebuah model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel tidak bebas secara bersama-sama. Regresi ini juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis, yang modelnya sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

Dimana:

Y	: Minat Menonton
a	: Konstanta
X_1, X_2, X_3	: Gaya Hidup, Harga, Lokasi
b_1, b_2, b_3	: Koefisien Regresi

Uji F dan Uji t

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas: gaya hidup, harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu minat menonton. Uji t adalah pengujian koefisien regresi secara individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi kecil, berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena yang ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Sesuai dengan judul yang digunakan dalam penelitian ini maka variabel penelitiannya adalah gaya hidup, harga, lokasi dan minat menonton. Tabel 1. Menerangkan mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian ini secara detail, baik itu definisi variabel, indikator dan skala pengukuran yang digunakan.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator-Indikatornya

No.	Definisi Variabel	Indikator-Indikator	Skala
1.	Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitasnya terutama yang berkaitan dengan citra dan penampilan (Mahmuda, 2014:14).	1. Aktivitas (Activity) 2. Minat (Interest) 3. Pendapat (Opinion)	Likert
2.	Harga adalah suatu uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan (Haryanto, 2013:134).	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk 3. Daya Saing 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Likert
3.	Lokasi adalah tempat berdirinya suatu kawasan bisnis/perusahaan dan di jalankan bertemu dengan para pengunjung dalam hal ini konsumen (Assauri, 2013:210).	1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir yang luas 4. Ekspansi 5. Lingkungan	Likert
4.	Minat menonton adalah suatu keinginan yang kuat dan ketertarikan dalam diri terhadap suatu pertunjukan yang muncul setelah mengakses, melihat dan mengetahui (Mardiastika, 2012:18).	1. Nilai Transaksional 2. Nilai Refrensial 3. Nilai Prefrensial 4. Nilai Eksploratif	Likert

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado

Cgv cinemas (sebelumnya bernama Blitz Megaplex dan CGV Blitz) merupakan salah satu jaringan bioskop di Indonesia yang menawarkan konsep baru untuk memberikan pengalaman yang berbeda saat menonton. Kehadiran CGV Cinemas menghilangkan kesan monopoli yang terjadi selama ini dalam suatu jaringan persaingan bisnis bioskop di Indonesia, karena jika melihat perkembangan yang ada sebelumnya, industry bisnis perfilman bioskop sangat didominasi oleh Cinema 21 yang telah lebih dahulu sukses dalam pasar sinema di Indonesia.

CGV Blitz Cinemas Manado mulai beroperasi pada tahun 2016 atau lebih tepatnya pada tanggal 24 Juni 2016 saat Grand Opening. Jadi bioskop CGV Blitz Cinemas Manado sampai saat ini sudah berjalan selama 3 tahun. Jumlah auditorium atau teater yang disediakan yaitu berjumlah 7 auditorium yang terdiri dari 6

auditorium regular dan 1 auditorium velvet (VIP). CGV Blitz Cinemas Manado sangat mengedepankan pelayanan yang baik kepada para pengunjung lewat kebersihan, keramahan, kenyamanan disaat sedang menonton. Sehingga dapat dilihat dengan jelas ketertarikan para masyarakat lewat jumlah tiket yang terjual. Apalagi ketika akan menayangkan film-film yang sudah sangat ditunggu-tunggu untuk ditonton oleh para pengunjung.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dari penelitian ini meliputi jenis kelamin dan usia dari para pengunjung atau konsumen yang datang untuk menonton film di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 68 orang.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kesahihan tiap butir pertanyaan dalam kuesioner. Uji validitas dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan dalam instrument. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment pearson* dengan pengujian dua arah.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	Sig	Keterangan
Gaya Hidup (X ₁)	X _{1.1}	0.725	0.000	Valid
	X _{1.2}	0.507	0.004	Valid
	X _{1.3}	0.536	0.002	Valid
Harga (X ₂)	X _{2.1}	0.792	0.000	Valid
	X _{2.2}	0.688	0.000	Valid
	X _{2.3}	0.585	0.001	Valid
	X _{2.4}	0.470	0.009	Valid
Lokasi (X ₃)	X _{3.1}	0.711	0.000	Valid
	X _{3.2}	0.761	0.000	Valid
	X _{3.3}	0.921	0.000	Valid
	X _{3.4}	0.468	0.009	Valid
	X _{3.5}	0.689	0.000	Valid
Minat Menonton (Y)	Y _{1.1}	0.462	0.009	Valid
	Y _{1.2}	0.547	0.002	Valid
	Y _{1.3}	0.733	0.000	Valid
	Y _{1.4}	0.681	0.000	Valid

Sumber: Data Olahan, 2019

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan dua kali pengukuran atau lebih pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Gaya Hidup (X_1)	0.720	Reliabel
Harga (X_2)	0.709	Reliabel
Lokasi (X_3)	0.715	Reliabel
Minat Menonton (Y)	0.738	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2019

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh gaya hidup, harga dan lokasi terhadap minat menonton.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
(Constant)	.863	1.131		.931	.354					
X_1	.965	.048	.912	20.918	.000	.902	.907	.905	.989	1.032
X_2	.074	.031	.127	2.416	.004	.012	.226	.109	.989	1.032
X_3	.083	.043	.035	6.677	.003	.116	.214	.104	.989	1.032

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2019

Dari hasil analisis regresi, maka dapat disusun persamaan sebagai berikut: $Y = 0.863 + 0.965.X_1 + 0.074.X_2 + 0.083.X_3$. Nilai konstanta sebesar 0.863 menyatakan jika tidak ada gaya hidup, harga dan lokasi maka skor minat menonton sebesar 0.863 satuan. Nilai koefisien gaya hidup sebesar 0.965 menyatakan jika terjadi peningkatan pada gaya hidup sebesar satu satuan maka minat menonton akan mengalami peningkatan sebesar 0,965 satuan. Nilai koefisien harga sebesar 0.074 menyatakan jika terjadi peningkatan pada harga sebesar satu satuan maka minat menonton akan mengalami peningkatan sebesar 0.074 satuan. Nilai koefisien persepsi lokasi sebesar 0.083 menyatakan jika terjadi peningkatan pada lokasi sebesar satu satuan maka minat menonton akan mengalami peningkatan sebesar 0.083 satuan.

Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi dari model regresi yang digunakan dan dalam penelitian ini untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel bebas: gaya hidup, harga dan lokasi secara simultan terhadap variabel tidak bebas yaitu minat menonton. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi (α) = 5%. Hasil pengujian nilai F dapat dilihat pada Tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji F ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	437.790	2	237.941	216.729	.000 ^b
1	Residual	109.481	92	1.084		
	Total	578.321	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₃, X₂, X₁

Sumber: Data Olahan, 2019

Hasil Uji t

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t (pengaruh secara individual). Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian nilai t dilakukan dengan dua sisi yang digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil pengujian diperoleh dari test signifikansi dengan program *SPSS for Windows Release 20*. Hasil pengujian t dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.863	1.131		.931	.354
1 X ₁	.965	.048	.912	20.918	.000
X ₂	.074	.031	.127	2.416	.004
X ₃	.083	.043	.035	6.677	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2019

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi menyatakan persentase total variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R² berkisar antara 0 sampai 1. Apabila R² mendekati 1, ini menunjukkan bahwa variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Sebaliknya jika nilai R² mendekati 0, maka variasi dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 7. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.908	.824	.819	1.03394	.825	216.729	2	92	.000	1.829

a. Predictors: (Constant), X₃, X₂, X₁

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan, 2019

Dapat dilihat dari Tabel 7. Nilai koefisien determinasi R² sebesar 0.824. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 82% variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Artinya variasi dari minat menonton dapat dijelaskan oleh variabel gaya hidup, harga dan lokasi. Sedangkan sekitar 18% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Pembahasan

Bisnis hiburan merupakan industri jasa yang menyediakan banyak pengalaman untuk dicoba oleh konsumen, contohnya bisnis hiburan seperti industri perfilman di bioskop. Bioskop adalah tempat untuk menonton pertunjukkan film dengan menggunakan layar lebar. Hampir semua orang memiliki kegemaran menonton film di bioskop, dengan kelebihanannya menyediakan film dalam format yang lebih menarik. CGV

Cinemas (sebelumnya bernama Blitz Megaplex dan CGV Blitz) merupakan salah satu jaringan bioskop di Indonesia yang menawarkan konsep baru untuk memberikan pengalaman yang berbeda saat menonton film. CGV Cinemas membuka jaringan bioskop pertamanya di Paris Van Java Mall, Bandung. Kehadiran CGV Cinemas menghilangkan kesan monopoli yang terjadi selama ini dalam suatu jaringan persaingan bisnis bioskop di Indonesia.

Bioskop CGV Blitz Cinemas ini berada di Jalan. A. A. Maramis, Kelurahan Paniki Bawah, Kecamatan Mapanget, Kota Manado, atau lebih tepatnya di Mall Grand Kawanua City Walk (lantai 4). Kehadiran Bioskop CGV Blitz Cinemas semakin menambah persaingan yang ada antara pebisnis tempat hiburan industri perfilman yang ada di kota Manado. Mengedepankan konsep ceria, nyaman dan millennial, CGV Cinemas sangat disukai para konsumen untuk dikunjungi, termasuk salah satu cabang yang ada di kota Manado yaitu CGV Blitz Cinemas Manado. Bioskop ini telah berhasil merebut pangsa pasar dalam persaingannya dengan bioskop-bioskop kompetitor yang ada di kota Manado. Namun semakin ketatnya tingkat persaingan dalam dunia bisnis industri perfilman yang ada di kota Manado saat ini, maka bagi manajemen Bioskop Blitz Cinemas baik yang dipusat maupun yang ada di kota Manado, agar bisa mempersiapkan strategi sebaik mungkin untuk menarik atau memikat hati para pengunjung. Melalui penelitian ini peneliti ingin meneliti tentang pengaruh gaya hidup, harga dan lokasi terhadap minat menonton di Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado.

Pengujian hipotesis pertama, mengenai variabel gaya hidup (X_1) yang memiliki pengaruh terhadap minat menonton dengan nilai sebesar 0.965, dimana jika peningkatan 1 satuan variabel gaya hidup akan mempengaruhi minat menonton sebesar 0.965. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton. Pengujian hipotesis kedua, mengenai variabel harga (X_2) yang memiliki pengaruh terhadap minat menonton dengan nilai sebesar 0.074, dimana jika peningkatan 1 satuan variabel harga akan mempengaruhi minat menonton sebesar 0.074. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton. Pengujian hipotesis ketiga, mengenai variabel lokasi (X_3) yang memiliki pengaruh terhadap minat menonton dengan nilai sebesar 0.083, dimana jika peningkatan 1 satuan variabel lokasi akan mempengaruhi minat menonton sebesar 0.083. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Gaya hidup berpengaruh terhadap minat menonton secara signifikan. Hipotesisnya diterima dengan nilai 0.000 dan nilai t_{hitung} adalah 20.918. Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung jaman. Jadi jika melihat perkembangan yang ada saat ini, perubahan gaya hidup atau kebiasaan yang dulunya hanya sering menonton film di rumah tetapi saat ini banyak orang yang memilih bersantai atau menghabiskan waktunya berjam-jam hanya untuk menonton film di bioskop.
2. Harga berpengaruh terhadap minat menonton secara signifikan. Hipotesisnya diterima dengan nilai signifikansi 0.004 dan nilai t_{hitung} adalah 2.416. Penentuan suatu harga akan sangat berpengaruh terhadap produk atau jasa yang dipasarkan. Pelanggan akan sangat teliti melihat bagaimana keseimbangan yang ada antara harga yang diberikan dengan kualitas atau keunggulan yang dirasakan.
3. Lokasi berpengaruh terhadap minat menonton secara signifikan. Hipotesisnya diterima dengan nilai signifikansi 0.003 dan nilai t_{hitung} adalah 6.677. Karena, jika suatu lokasi bisnis berada di suatu area atau tempat yang strategis maka tingkat kepercayaan konsumen akan lebih tinggi sehingga membuat konsumen akan sering datang berkunjung ke tempat itu.
4. Gaya hidup, harga dan lokasi berpengaruh terhadap minat menonton secara signifikan dengan nilai statistik F sebesar 216.729 dan nilai signifikannya adalah 0.000, dimana gaya hidup, harga dan lokasi sama-sama memberikan kontribusi terhadap minat menonton suatu konsumen.

Saran

1. Kepada pihak Manajemen Bioskop CGV Blitz Cinemas Manado agar tetap menjaga pelayanan yang baik kepada para pelanggan yang ada, mengenai harga tiket tentunya yang kompetitif namun tetap terjangkau, kemudian lokasi atau tempat yang ada saat ini sudah sangat bagus dan strategis, mudah untuk diakses para masyarakat yang hobi dalam menonton film di Bioskop, terus mengedepankan konsep modern, yang saat ini menjadi daya tarik bagi gaya hidup anak muda maupun orang dewasa sehingga kepercayaan yang muncul

- dari para masyarakat dapat membangkitkan minat mereka untuk datang dan menikmati hiburan film di Bioskop.
2. Bagi peneliti selanjutnya kiranya lewat penelitian saat ini, data atau hasil penelitian yang telah didapatkan bisa menjadi suatu bahan referensi yang diharapkan dapat membantu serta memudahkan dalam menyusun suatu karya tulis atau skripsi yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, S. 2017. Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal.1781–1792:<https://media.neliti.com/media/publications/131371-ID-none.pdf>. Diakses pada: 11 Mei 2018.
- Assauri, S. 2013. *Pengertian Manajemen Pemasaran*: <http://www.ekonomi.com/2017/02/manajemen-pemasaran.html/>. Diakses pada: 11 Mei 2018.
- Mahmuda, M. A. 2014. *Studi Pengaruh Gaya Hidup Modern Masyarakat Indonesia Terhadap Visualisasi Iklan Televisi Tri Indie+ Versi Anak Cowok dan Anak Cewek*. Prodi Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta: http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/716/jbptunikompp-gdl-dickyhamda-35771-5-unikom_d-i.pdf Diakses pada: 11 Mei 2018.
- Mardiasatika, Ema. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas 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 S1, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang. http://eprints.undip.ac.id/35626/1/Skripsi_MARDIASTIKA.pdf Diakses pada: 11 Mei 2018.
- Haryanto, E. 2013. Kualitas Layanan Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3. September 2013: <https://ejournal.unsrat.ac.id> Diakses pada: 11 Mei 2018.
- Sinambow, S. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Volume 3, Nomor 3, September 2015, Halaman 300 - 311: <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=377642&val=1025&title=PENGARUH%20HARGA%20LOKASI%20PROMOSI%20DAN%20KUALITAS%20LAYANAN%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20PADA%20TOKO%20KOMPUTER%20GAME%20ZONE%20MEGA%20MALL%20MANADO> Di akses pada: 11 Mei 2018.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Populasi dan Sampel. Alfabeta, Bandung.