



**PENGARUH *MARKETING MIX*, *STORE ATMOSPHERE* DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENONTON FILM
DI *CGV CINEMAS PURWOKERTO***

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Oleh

MIRA KRISNASIH

412140034

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

BUMIAYU

2018



**PENGARUH *MARKETING MIX*, *STORE ATMOSPHERE* DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENONTON FILM
DI CGV CINEMAS PURWOKERTO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Oleh

MIRA KRISNASIH

412140034

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

BUMIAYU

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH *MARKETING MIX*, *STORE ATMOSPHERE* DAN PRESEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENONTON FILM DI *CGV CINEMAS PURWOKERTO***

Oleh

Nama : **MIRA KRISNASIH**
NIM : **412140034**
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 17 September 2018

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sutarmin, S.Si., M.M

NIDN. 0621097401

Penguji I

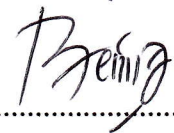
Cici Widowati, S.P., M.S.M.

NIDN. 0616118201

Penguji II

Yulis Maulida Berniz, S.E., M.M.

NIDN.1117028004



Diterima dan disahkan

pada tanggal 30 September 2018



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mira Krisnasih

NIM : 412140034

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan karya saya, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui secara tulisan saya atau pikiran saya, kecuali saya yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 17 September 2018

Yang membuat pernyataan



Mira Krisnasih

NIM.412140034

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Penulis menyadari bahwa, skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati sebagai ucapan rasa syukur atas segala bantuan yang diberikan perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Yahya A Muhaimin, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Kurniawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
3. Ibu Cici Widowati, S.P., M.S.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban sekaligus dosen penguji I yang telah memberikan banyak masukan bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Sutarmin, S.Si., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan pengarahan, meluangkan waktu, memberikan kritik, saran dan motivasi dalam menyempurnakan penelitian ini.
5. Ibu Yulis Maulida Berniz, S.E., M.M., selaku dosen penguji II yang telah memberikan banyak masukan bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman selama masa perkuliahan.

7. Bapak Daryanto, selaku manager CGV *Cinemas* Purwokerto dan seluruh staf karyawan CGV *Cinemas* Purwokerto yang telah banyak membantu peneliti dalam melakukan penelitian.
8. Orang tua tercinta Bapak Indra Purnama dan Ibu Susmiyati yang telah memberikan cinta, kasih sayang, motivasi dan doa tanpa henti.
9. Bapak Sumono, Ibu Sukarni dan seluruh keluarga yang yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang turut mendoakan untuk kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
10. Bapak Mulyono dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
11. Mas Budi Santoso, yang selalu setia menemani dan memberikan doa, dukungan serta motivasi dari awal penyusunan skripsi sampai skripsi ini bisa dijilid.
12. Sahabat tercinta: Hesty, Dewi, Ica, Mega, Sri, Nisa, Shinta, Rahma dan Silfi, Alya, Lutfi, Desi, Abdul Bilah, Mattra dan sahabat lainnya yang selalu mengingatkan dan bersedia berbagi suka dan duka bersama.
13. Teman-teman Prodi Manajemen angkatan 2014. Terimakasih selalu bersedia berbagi suka duka bersama selama kuliah.
14. Keluarga Bapak Tasjid dan Ibu Imroatun, terimakasih sampai saat ini selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini, serta terima kasih sudah menyayangi dan menjaga penulis selama 40 hari menjalani KKN di Desa Dumeling, Wanasari, Brebes. Semoga suatu saat nanti saya bisa bertemu kembali.

15. Terima kasih kepada rekan-rekan KKN Desa Dumeling, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes, Kukuh, Afkar, Toyib, Lilis, Ika, Asih, Aviola, Wiwi, dan Uut. Terimakasih atas kerjasamanya selama 40 hari kita menjalani KKN, semoga kita dapat selalu menjalin silahturohim yang baik.
16. Semua pihak yang telah memberiakan dukungan dan bantuan bagi penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan jasa-jasa semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya.

Paguyangan, 17 September 2018

Penulis

Mira Krisnasih

NIM.412140034

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *marketing mix* yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, *store atmosphere* dan persepsi kualitas terhadap keputusan konsumen dalam menonton film di CGV *Cinemas* Purwokerto. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung atau orang yang pernah menonton film di CGV *Cinemas* Purwokerto. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diambil dengan menggunakan kuisisioner, dan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka. Data yang diperoleh kemudian diuji dan dianalisis dengan uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linier berganda, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) produk tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menonton film di CGV *Cinemas* Purwokerto, (2) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menonton film di CGV *Cinemas* Purwokerto (3) lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan keputusan konsumen dalam menonton film di CGV *Cinemas* Purwokerto, (4) promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menonton film di CGV *Cinemas* Purwokerto, (5) *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan keputusan konsumen dalam menonton film di CGV *Cinemas* Purwokerto, (6) persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menonton film di CGV *Cinemas* Purwokerto.

Kata kunci : produk, harga, lokasi, promosi, *store atmosphere*, persepsi kualitas, keputusan konsumen

ABSTRACT

This study was aimed to analyze the influence of marketing mix which comprised product, price, place, promotion, store atmosphere and quality perception towards consumer decisions in watching movies at CGV Cinemas Purwokerto. The population of this study was all of tourists or people who had visited before. The total number of samples in this study was 120 respondents chosen by using non-probability sampling technique, that was accidental sampling technique. The data that had been taken in this study were primary data taken by using questionnaires, and secondary data that were taken by literature study. The data obtained were then tested and analyzed by validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, and classical assumption test. The results showed that (1) product did not significantly influence towards consumer decisions in watching movies at CGV Cinemas Purwokerto, (2) price did not significantly influence towards consumer decisions in watching movies at CGV Cinemas Purwokerto, (3) place did not significantly influence towards consumer decisions in watching movies at CGV Cinemas Purwokerto, (4) promotion did not significantly influence towards consumer decisions in watching movies at CGV Cinemas Purwokerto, (5) store atmosphere had positive significantly influence towards consumer decisions in watching movies at CGV Cinemas Purwokerto, (6) quality perception had positive significantly influence towards consumer decisions in watching movies at CGV Cinemas Purwokerto

Key words: product, price, place, promotion, store atmosphere, quality perception, consumer decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN7	
A. Telaah Pustaka	7
1. Keputusan Konsumen	7
2. <i>Marketing Mix</i>	12
3. <i>Store Atmosphere</i>	15
4. Persepsi Kualitas	25

B. Perumusan Model Penelitian	28
1. Penelitian Terdahulu	28
2. Perumusan Hipotesis.....	32
C. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	38
A. Metode Penelitian	38
1. Jenis Penelitian	38
2. Lokasi Penelitian.....	38
3. Waktu Penelitian.....	38
4. Populasi dan sampel.....	38
a. Populasi.....	38
b. Sampel.....	39
5. Sumber Data	40
a. Primer.....	40
b. Sekunder.....	40
6. Teknik Pengumpulan Data.....	40
a. Kuisisioner	40
b. Studi Pustaka.....	41
7. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel.....	41
a. Definisi Konseptual.....	41
b. Definisi Operasional Variabel.....	42
B. Teknik Analisis Data	43
1. Analisis Deskriptif	43
2. Uji Instrumen	45

a. Uji Validitas	45
b. Uji Reliabilitas	45
3. Analisis Regresi Linier Berganda	45
4. Uji Asumsi Klasik.....	46
a. Uji Normalitas	46
b. Uji Multikolinieritas.....	47
c. Uji Heteroskedastisitas.....	47
5. Pengujian Hipotesis	48
a. Uji T	48
b. Uji F	50
6. Koefisien Determinasi	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
1. Sejarah dan Profil CGV <i>Cinemas</i>	51
2. Visi dan Misi.....	52
3. Kapasitas dan Tipe Studio	52
4. Fasilitas di CGV <i>Cinemas</i>	53
5. Struktur Organisasi	53
6. Gambaran Umum Tentang Responden.....	54
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	58
1. Hasil Uji Instrumen.....	58
a. Hasil Uji Validitas.....	58
b. Hasil Uji Reliabilitas	60
2. Analisis Deskriptif	60

3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
a. Hasil Uji T.....	74
b. Hasil Uji F.....	76
c. Hasil Uji Asumsi Klasik	77
d. Koefisien Determinasi.....	80
4. Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 2. Kapasitas dan Jenis Studio.....	53
Tabel 3. Proses dan Penerimaan Kuisisioner.....	55
Tabel 4. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 5. Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 6. Gambaran Responden Berdasarkan Profesi atau Pekerjaan	57
Tabel 7. Hasil Ouput Uji Validitas.....	58
Tabel 8. Hasil Output Reliabilitas	60
Tabel 9. Jawaban Responden Variabel Produk.....	61
Tabel 10. Jawaban Responden Variabel Harga.....	62
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Lokasi	63
Tabel 12. Jawaban Responden Variabel Promosi	65
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i>	66
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Persepsi Kualitas.....	68
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel Keputusan Konsumen.....	70
Tabel 16. Hasil Output Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 17. Hail Output Uji T	74
Tabel 18. Hasil Uji F.....	76
Tabel 19. Hasil Output Uji Normalitas <i>Kolmogorof-Smirnov</i>	77
Tabel 20. Hasil Output Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 21. Hasil Output Uji Multikolinearitas	80
Tabel 22. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen.....	8
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3. Struktur Organisasi.....	54
Gambar 4. Hasil Output Uji Normalitas	77
Gambar 5 <i>Scatterplot</i> Uji heteroskedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	94
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden	99
Lampiran 3. Hasil Output Distribusi Jawaban Responden	110
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	123
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	130
Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	137
Lampiran 7. Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov Test</i>	138
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas Grafik	139
Lampiran 9. Hasil Uji P-Plot.....	140
Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedasitas <i>Skater Plot</i>	141
Lampiran 11. Hasil Uji Heteroskedasititass <i>Park</i>	142
Lampiran 12. Hasil Uji Multikolinieritas.....	143
Lampiran 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	144
Lampiran 14. Daftar Nama Responden Penelitian.....	145
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup.....	150