



Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket, dan Kualitas Film Terhadap Minat Beli

Penonton Movimax Mall Dinoyo Kota Malang

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Fiona Hananto Putri

22001081327



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

ABSTRAK

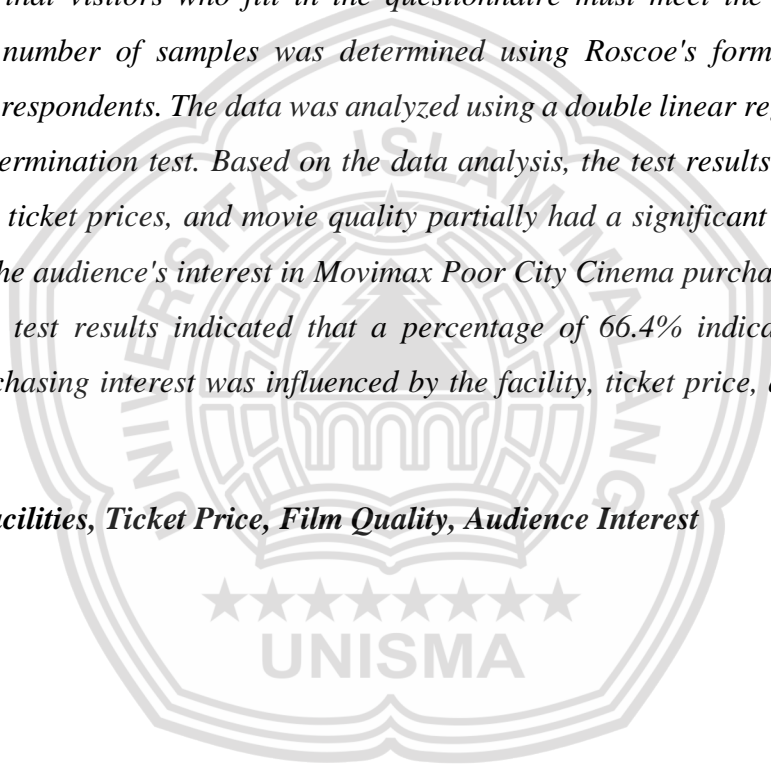
Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, harga tiket, dan kualitas film terhadap minat beli penonton Bioskop Movimax Kota Malang. Lokasi penelitian ini dilakukan Movimax Dinoyo, Mall Dinoyo Lt. 4, Jalan M.T. Haryono No. 195, Lowokwaru, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. No telepon (0341) 5022949. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *Non-probability Sampling* dengan kategori *judgmental sampling*, yaitu dimana pengunjung yang mengisi kuisioner harus memenuhi kriteria yang ada. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Roscoe* dan didapatkan hasil sebanyak 40 responden. Data dianalisa menggunakan uji regresi linear berganda dan uji determinasi. Berdasarkan hasil analisis data, hasil uji t menunjukkan bahwa fasilitas, harga tiket, dan kualitas film secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli penonton Bioskop Movimax Kota Malang. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa persentase sebesar 66,4% menunjukkan bahwa minat beli penonton dipengaruhi oleh fasilitas, harga tiket, dan kualitas film.

Kata Kunci: Fasilitas, Harga Tiket, Kualitas Film, Minat Beli Penonton

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*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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.

Diungkapkan oleh Sutherland dan Cooper bahwa stres merupakan pengalaman subjektif yang didasarkan pada sebuah persepsi terhadap situasi yang tidak semata-mata tampak terjadi pada lingkungan. 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.

Semakin banyaknya film-film yang dibuat dan kemudian masuk di bioskop menjadikan sebuah persaingan juga semakin meninggi baik diantara bioskop yang satu dengan bioskop yang lainnya. Mereka memiliki berbagai usaha yang berbeda-beda untuk meningkatkan serta menyempurnakan berbagai hal seperti fasilitas yang ada di bioskop agar jasa hiburan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut (Tjiptono, 2019) fasilitas adalah sesuatu yang penting untuk dilakukan didalam usaha jasa karena merupakan cara untuk menarik perhatian kosumen agar dapat membeli produk yang sedang kita tawarkan secara langsung.

Berbeda dengan pendapat mengenai definisi dari fasilitas (Kotler & Armstrong, 2018) fasilitas merupakan benda yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa agar dapat mendukung sebuah kenyamanan konsumen. Kemudian definisi fasilitas (Daradjat, 2012) fasilitas merupakan hal yang dapat memudahkan upaya dan memperlancar kerja agar bisa mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Didalam suatu Perusahaan untuk dapat mencapai sebuah tujuan diperlukannya alat pendukung dalam proses atau aktivitas diperusahaan tersebut.

Fasilitas yang digunakanpun pada setiap bioskop memiliki bermacam-macam jenis, bentuk sekaligus manfaatnya. Jika semakin besar aktivitas didalam perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk dapat mencapai sebuah tujuan dari perusahaan itu sendiri. Konsumen adalah pusat utama yang harus dipuaskan, sebab jika merasa kurang puas, mereka akan meninggalkan bioskop yang sebelumnya dan menjadi pelanggan pada perusahaan bioskop pesaing. Hal ini yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada akhirnya juga akan menurunkan laba pendapatan.

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.

Movimax menguasai keseluruhan dari penonton bioskop Malang dengan memberikan harga tiket yang bermacam-macam. Harga tiket bioskop *Movimax* Kota Malang yaitu : Senin-Kamis (*Weekday*) berkisar Rp. 20.000-40.000 rupiah sesuai dengan studio bioskop yang ingin kita pilih, dan juga untuk hari Jumat Rp. 30.000-45.000 untuk hari jum'at, dan Rp. 30.000-50.000 kemudian Sabtu dan Minggu termasuk juga di hari – hari libur (*Weekend*). Harga tiket memang berbeda-beda, karena sesuai studio bioskop yang ingin kita pilih. Untuk harga digolongkan terjangkau dan ramah dikantong semua jenis kalangan, termasuk para pelajar dan mahasiswa dibandingkan dengan bioskop lain yang ada di Kota Malang.

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.

Grafik 1.1

Jumlah Penonton Bioskop Indonesia Tahun 2007-2023



Sumber : bicara box office 2023

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa terdapat penurunan yang sangat drastis dari tahun 2019 sebelum Covid-19 dimana penonton bioskop di Indonesia berada dikisaran 50 juta penonton. Saat terjadinya Covid-19 pada tahun 2020 mengalami penurunan hingga menjadi 15 juta pengunjung dan semakin menurun di tahun 2021 yang hanya mencapai 5 juta pengunjung. Kemudian pada tahun 2022 saat Covid-19 sudah mulai menurun, jumlah pengunjung mulai kembali naik hingga 55 juta dan di tahun 2023 saat ini jumlah pengunjung 45 juta. 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)”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh fasilitas, harga tiket, dan kualitas film terhadap minat beli penonton.
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap minat beli penonton.
3. Bagaimana pengaruh harga tiket terhadap minat beli penonton.
4. Bagaimana pengaruh kualitas film terhadap minat beli penonton.

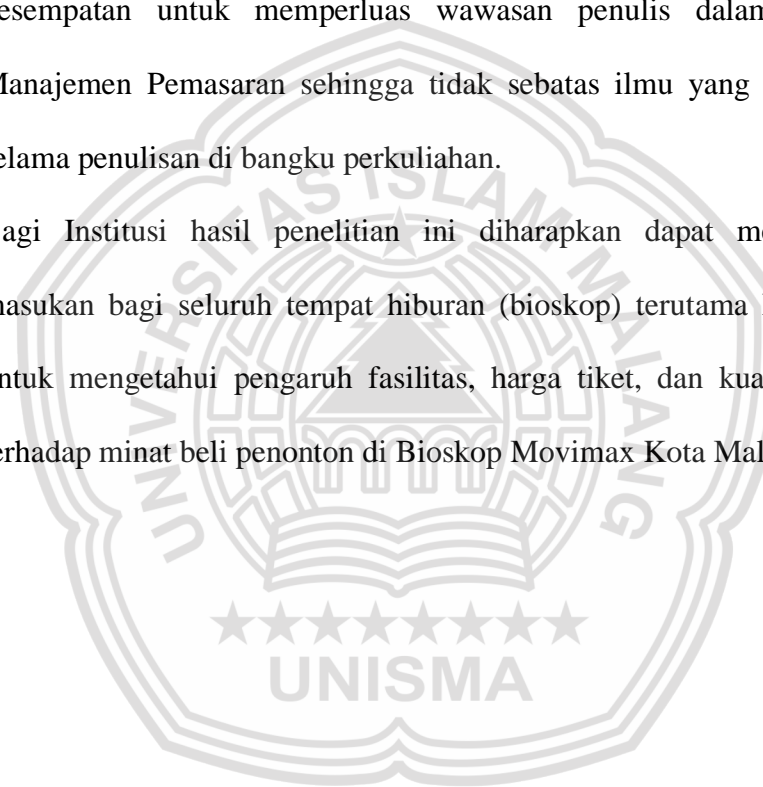
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas, harga tiket, dan kualitas film terhadap minat beli penonton di Bioskop Movimax Kota Malang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat beli penonton.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga tiket terhadap minat beli penonton.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas film terhadap minat beli penonton.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi praktisi hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penambah wawasan, pengetahuan, dan referensi penulisan mengenai pengaruh fasilitas, harga tiket, dan kualitas film terhadap minat beli penonton di Bioskop Movimax Kota Malang.
2. Bagi Peneliti penelitian ini dapat memberikan pengalaman belajar dan kesempatan untuk memperluas wawasan penulis dalam bidang Manajemen Pemasaran sehingga tidak sebatas ilmu yang diperoleh selama penulisan di bangku perkuliahan.
3. Bagi Institusi hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan bagi seluruh tempat hiburan (bioskop) terutama Movimax untuk mengetahui pengaruh fasilitas, harga tiket, dan kualitas film terhadap minat beli penonton di Bioskop Movimax Kota Malang.





BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil uraian penelitian dan pembahasan maka bisa ditarik simpulan antara lain yaitu :

- a. Fasilitas berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat beli penonton Bioskop Movimax.
- b. Harga tiket berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat beli penonton pada Bioskop Movimax.
- c. Kualitas film berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat beli penonton di Bioskop Movimax.
- d. Fasilitas, Harga Tiket, dan Kualitas Film berpengaruh positif secara simultan terhadap minat beli penonton Bioskop Movimax.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Didalam penelitian ini, peneliti merasa bahwa mempunyai beberapa keterbatasan antara lain :

- a. Pada saat pengumpulan data penelitian yang menggunakan kuesioner, saat mendistribusikan melalui kuisisioner secara online dengan cara memberikan *link google form* dan sesuai pengunjung didalam memahami dari isi kuisisioner yang diberikan, sehingga pada hasil yang didapatkan menjadi

kurang dalam menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

- b. Selain itu, pada metode pengumpulan data dapat dilanjutkan dengan memperhatikan kesediaan dari pengunjung Bioskop Movimax untuk mengisi kuisioner, dan bagaimana melakukan *follow up* dalam sebuah proses pengisian dengan membimbing agar tidak kebingungan dalam memahami item pernyataan kuesioner, sehingga jawaban yang diberikan lebih jelas dan akurat.

5.3 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh diharapkan dapat dijadikan peneliti selanjutnya sebagai pertimbangan dalam mengatasi sebuah permasalahan mengenai Minat Beli Penonton. Berikut beberapa saran yang diajukan, yaitu :

- a) Untuk Bioskop Movimax Kota Malang :
 1. Pada hasil jawaban dari responden di variabel minat beli penonton indikator Y.4 : Saya selalu memutuskan Bioskop Movimax sebagai tempat menonton film, memiliki skor terendah. Dengan pendapat dari responden bahwa mereka tidak selalu memutuskan Bioskop Movimax sebagai tempat mereka menonton film, sebaiknya pengelola bioskop Movimax bisa lebih memperhatikan dan memperbaiki marketing yang ada. Agar pengunjung dapat lebih tertarik dan memprioritaskan pilihan menonton di Bioskop Movimax dibandingkan dengan bioskop lainnya.
 2. Selain itu dari hasil jawaban responden dimana pada variabel kualitas

film indikator X3.1: Sound dan gambar film yang ditampilkan oleh Bioskop Movimax berkualitas tinggi, memiliki skor terendah. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pengunjung kurang setuju akan hal tersebut, 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.

b) Untuk peneliti selanjutnya :

1. Agar dapat menambahkan item-item pernyataan yang lebih detail agar bisa memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi, misalnya dalam mempertimbangkan kesesuaian item dengan indikator variabelnya, serta dapat menambah item pernyataan dalam setiap indikator variabel agar responden dapat lebih jelas untuk memahami maksud dari poin variabel yang ditawarkan dalam kuesioner tersebut.
2. Penelitian selanjutnya saya harap dapat meneliti Minat Beli Penonton menggunakan metodologi yang lainnya agar dapat memberikan jawaban dari responden yang lebih detail didalam kuisisioner tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. *MAGISTRA*, 29(99), 73–77.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen Jurnal*, 2(1).
- 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 Menaklukan 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*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (7 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, S. (2010). *Penelitian Deskriptif*. Jakarta: Rajawali.
- Ibid Halaman 110
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (7 ed.). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Lucas, D. B., & Britt, K. (2003). *Advertising Psychologi and research*. Newyork: Mc. Graw Hills.
- Mardianto, D., Syahrial, & 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.
- Nirwana. (2012). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alta.
- 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).
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama pt. nailah adi kurnia sei mencirim medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 135–143.
- Sari, I. (2017). *Sistem Informasi Pendataan Koleksi Film Cinema XXI pada CV Bintang Makmur Audio Medan*. Medan: Universitas Potensi Utama Medan Sumatra Utara.

- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2010). *Research Method For Business: A Skill Building Approach* (5 ed.). New York: Jhon Wiley.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, & Syaodih, N. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. (2010). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima 2*. Yogyakarta: Andi.
- UU No. 8. (1992). *Undang-Undang Republik Indonesia NO.8 Tahun 1992 tentang perfilman*.

