



**ANALISIS PENGARUH KOMUNITAS DAN IKLAN
TERHADAP MINAT MENONTON FILM DI BIOSKOP
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

*Analysis of The Effect Community and Advertisement on Watching Movie
Theater Interest At Economics Faculty Students of Jember University*

SKRIPSI

Oleh
Efi Kristianti
NIM. 100810201059

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**ANALISIS PENGARUH KOMUNITAS DAN IKLAN
TERHADAP MINAT MENONTON FILM DI BIOSKOP
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

*Analysis of The Effect Community and Advertisement on Watching Movie
Theater Interest At Economics Faculty Students of Jember University*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh
Efi Kristianti
NIM. 100810201059

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Efi Kristianti
NIM : 100810201059
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : ANALISIS PENGARUH KOMUNITAS DAN IKLAN
TERHADAP MINAT MENONTON FILM DI BIOSKOP
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 22 Mei 2014
Yang menyatakan,

Efi Kristianti
NIM. 100810201059

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KOMUNITAS DAN IKLAN
TERHADAP MINAT MENONTON FILM DI
BIOSKOP PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

Nama Mahasiswa : Efi Kristianti
NIM : 100810201059
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 12 Mei 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 19610317 198802 1 001

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si
NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP. 19620820 199002 1 001

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KOMUNITAS DAN IKLAN TERHADAP MINAT MENONTON FILM DI BIOSKOP PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Efi Kristianti
NIM : 100810201059
Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

22 Mei 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Imam Suroso, SE.,M.Si. : (.....)
NIP. 19591013 198802 1 001

Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si : (.....)
NIP. 19610710 198902 1 002

Anggota : Dr. Bambang Irawan, M.Si : (.....)
NIP. 19610317 198802 1 001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Dr. Moehammad Fathorrazi, S.E, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua, adik, dan keluargaku tercinta
2. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si dan Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si, terima kasih atas bimbingannya
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan membimbing
4. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2010 terima kasih atas pemberian semangat serta doanya
5. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

“Janganlah kamu kuatir akan hari besok, karena hari besok mempunyai kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari”

(Matius 6: 34)

“Kita bisa, jika kita berpikir bisa, dan selama akal mengatakan bisa. Batasan apakah sesuatu masuk akal atau tidak, kita lihat saja orang lain, jika orang lain telah melakukannya atau telah mencapai impiannya, maka impian tersebut adalah masuk akal.”

RINGKASAN

Analisis Pengaruh Komunitas dan Iklan Terhadap Minat Menonton Film di Bioskop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember; Efi Kristianti; 100810201059; 2014; 102 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Perilaku konsumen sangat dinamis artinya mudah berubah. Minat menonton merupakan perilaku konsumen yang dapat berubah karena pengaruh dari banyak faktor. Komunitas dan iklan merupakan beberapa dari banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat menonton seseorang. Di berbagai negara produksi film meningkat, kegiatan promosi film melalui iklan di televisi juga ikut meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan komunitas terhadap minat menonton konsumen yang akhirnya menjadi motivasi keputusan membeli.

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Sampel yang dipilih sebanyak 90 responden Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan *Analisis Regresi Linier Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh secara signifikan. Komunitas dan Iklan berpengaruh signifikan terhadap minat menonton film di bioskop.

SUMMARY

Analysis of The Effect Community and Advertisement on Watching Movie Theater Interest At Economics Faculty Students of Jember University; Efi Kristianti; 100810201059; 2014; 102 Pages; Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember.

Consumer behavior is very dynamic means easily changed . Interests watch is consumer behavior that may change to the influence of many factors. Community and advertising are some of the many factors that can affect a person's interest in watching. In many countries to increased film production , film promotion activities through television advertising also increased . This research aims to know the influence of advertising and the community interest in watching consumers become motivated decision to buy.

This research is an explanation (explanatory research) . The population of this study were students of the Faculty of Economics, University of Jember . Selected sample of 90 respondents sampling technique using purposive sampling . Methods of data analysis using Regression analysis with Confirmatory Approach. The results of the study showed that both variables influence significantly. Community and advertising significant effect on the interest of watching movies in theaters .

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini. Skripsi ini tentu tidak akan berjalan sebagai mana mestinya tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sangat besar kepada:

1. Bapak Dr. H. Mohammad Fathorrazi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Bapak Dr. Handriyono, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan segenap kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, memberikan informasi, saran, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini;
4. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan bimbingan serta segenap kesabaran dan perhatian hingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini;
5. Ibu Dr. Deasy Wulandary, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik;
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
7. Ayah dan ibuku tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, motivasi, dan semangat yang telah diberikan;
8. Adikku Novia Kristianti, terima kasih atas doa, kasih sayang, motivasi, dan semangat yang telah diberikan;

9. Saudara-saudaraku, terima kasih untuk doa dan semangatnya;
10. Teman-temanku dan semua pihak yang telah membantu memperlancar proses penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 22 Mei 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
<i>SUMMARY</i>.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Komunitas	6
2.1.2 Iklan	7
2.1.3 Minat Beli	10
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
2.3 Kerangka Konseptual	15
2.4 Hipotesis.....	17

BAB 3. METODE PENELITIAN	18
3.1 Rancangan Penelitian.....	18
3.2 Populasi dan Sampel	18
3.2.1 Populasi	18
3.2.2 Sampel	18
3.3 Jenis dan Sumber Data	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Identifikasi Variabel	20
3.6 Definisi Operasional Variabel	20
3.7 Teknik Pengukuran	22
3.8 Pengujian Instrumen	22
3.8.1 Uji Validitas	22
3.8.2 Uji Reliabilitas	23
3.9 Metode Analisis Data	24
3.9.1 Uji Asumsi Analisis Regresi Linier Berganda Dengan Pendekatan Konfirmatori	24
3.9.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori	25
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	31
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Gambaran Umum Minat Masyarakat Terhadap Film.....	33
4.1.2 Gambaran Umum Wilayah Penelitian	34
4.1.3 Karakteristik Responden	34
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	37
4.3 Uji Validitas Dan Variabel Konstruksi	39
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Komunitas	40
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Iklan	41
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Beli	42
4.4 Analisis Data	42
4.4.1 Uji Asumsi CFA	42

4.4.2 Analisis <i>Confrimatory Factor Analysis</i> (CFA)	44
4.5 Pembahasan	48
4.5.1 Pengaruh Komunitas Terhadap Minat Menonton Film di Bioskop	49
4.5.2 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Menonton Film di Bioskop	50
4.5.3 Iklan Berpengaruh Dominan Terhadap Minat Menonton Film di Bioskop	50
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	14
3.1 Uji Kesesuaian	29
4.1 Responden Berdasarkan Usia	35
4.2 Responden Berdasarkan Jurusan	36
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Film di Bioskop.....	37
4.5 Penilaian Responden Pada Pengaruh Komunitas (X1)	37
4.6 Penilaian Responden Pada Pengaruh Iklan (X2)	38
4.7 Penilaian Responden Pada Pengaruh Minat Beli (Y).....	39
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kontruks Komunitas (X1)	41
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kontruks Iklan (X2)	41
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kontruks Minat Beli (Y)	42
4.11 <i>Assessment of normality</i>	43
4.12 Indeks Kesesuaian CFA	45
4.13 Hasil Pengujian Kausalitas	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	16
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	31
4.1 Hasil Diagram Jalur	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner	62
Lampiran 3. Tabel Frekuensi.....	65
Lampiran 4. Uji Confirmatory	69