

***The Influence of Promotion, Service Quality, and Price on Purchase
Decisions for CGV Cinema Tickets in DKI Jakarta***

By Niken Diah Fitriana

Abstract

Cinema is a place that is used as a means of entertainment for some individuals after facing the busy daily activities that are carried out. They think that watching movies in cinemas can relieve stress, is a place for relaxation, and can also be enjoyed by all ages, making it suitable for family entertainment. Currently, there are several phenomena that influence the decision to purchase CGV cinema tickets so the formulation of the problem is obtained regarding whether promotion, service quality, and price can influence purchasing decisions. This research was conducted with the aim of proving whether promotion, service quality, and price influence purchasing decisions. The target population is all consumers from CGV cinemas in DKI Jakarta with a sample of 100 respondents using non-probability sampling techniques and purposive sampling methods. This study uses a quantitative method with Smart PLS 3.0 software. The results of this study indicate that the promotion, service quality, and price variables have a significant positive influence on the decision to purchase CGV cinema tickets in DKI Jakarta. Based on the t-statistic test, the variables studied have the same effect, but the promotion variable has a greater influence in measuring purchasing decisions by 35.5%.

Keywords : promotion, service quality, price, and purchase decisions

Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop CGV di DKI Jakarta

Oleh Niken Diah Fitriana

Abstrak

Bioskop merupakan salah satu tempat yang dijadikan sebagai sarana hiburan bagi beberapa individu setelah menghadapi sibuknya aktivitas sehari-hari yang dilakukan. Mereka beranggapan bahwa kegiatan menonton film di bioskop dapat mengatasi stress, tempat relaksasi, dan juga dapat dinikmati oleh segala usia sehingga cocok bagi sarana hiburan keluarga. Saat ini terjadi beberapa fenomena yang mempengaruhi keputusan pembelian tiket bioskop CGV sehingga didapatkan rumusan masalah terkait apakah promosi, kualitas layanan, dan harga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan apakah promosi, kualitas layanan, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk populasi target adalah seluruh konsumen dari bioskop CGV di DKI Jakarta dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan software Smart PLS 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, kualitas layanan, dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop CGV di DKI Jakarta. Berdasarkan uji t-statistic, variabel yang diteliti memiliki pengaruh yang sama, namun variabel promosi memiliki pengaruh yang lebih besar dalam mengukur keputusan pembelian sebesar 35,5%.

Kata kunci : promosi, kualitas layanan, harga, dan keputusan pembelian