

**ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MENONTON  
(Studi Kasus Penonton Bioskop CGV Cinemas Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E)

Oleh:

**RACHMA NUR AGISTA AZAHRA**  
NIM. 1423203112

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2019**

### PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Rachma Nur Agista Azahra

NIM : 1423203112

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Pengaruh Harga, Lokasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Tiket Menonton (Studi Kasus Penonton Bioskop CGV Cinemas Purwokerto)”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 7 Januari 2019



Rachma Nur Agista Azahra  
NIM.1423203112

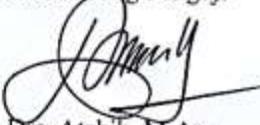
## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

### **ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MENONTON (Studi Kasus Penonton Bioskop CGV Cinemas Purwokerto)**

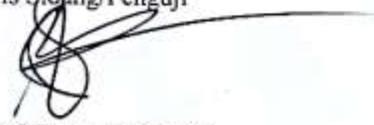
Yang disusun oleh Saudari **Rachma Nur Agista Azahra** NIM. 1423203112 Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **23 Januari 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji



Drs. Atabik, M.Ag.  
NIP. 196512051993031004

Sekretaris Sidang/Penguji



Sofia Yustiani Suryandari, M.Si.  
NIP. 197807162009012006

Pembimbing/Penguji



Rahmini Hadi, SE., M.Si.  
NIP. 197012242005012001

Purwokerto, Januari 2019  
Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



Dr. H. Fathul Munudin Aziz, M.M.  
NIP. 196804031994031004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Purwokerto  
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya mengadakan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Rachma Nur Agista Azahra, NIM: 1423203112 yang berjudul:

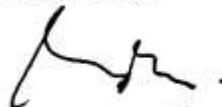
**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMBELI TIKET  
MENONTON (STUDI KASUS MASYARAKAT PURWOKERTO  
YANG MEMBELI TIKET DI BIOSKOP CGV CINEMAS  
PURWOKERTO)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 7 Januari 2019

Pembimbing,



**Rahmini Hadi, S.E., M.Si**  
NIP. 197903232011011007

**MOTTO**

“Apapun yang kamu lakukan jangan jauh dengan ALLAH, tetap semangat dan jangan menyerah!”

(AYAH)

“Segala rintangan hadapi dengan ketenangan dan semangat jangan lupa bahwa ALLAH akan mengabulkan keinginanmu. Yakinlah dan semangat!”

(BUNDA)



**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMBELI TIKET MENONTON  
(STUDI KASUS MASYARAKAT PURWOKERTO YANG MEMBELI TIKET  
DI BIOSKOP CGV CINEMAS PURWOKERTO)  
RACHMA NUR AGISTA AZAHRA  
NIM. 1423203112**

E-mail: [nuragista25@gmail.com](mailto:nuragista25@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

***ABSTRAK***

Kotler mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah pilihan akhir yang dilakukan konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya. Tjiptono mengatakan harga merupakan bauran harga berkenaan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Muhammad Adam mengatakan bahwa lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Donni mengatakan bahwa gaya hidup adalah gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu luang yang dimilikinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh harga, lokasi dan gaya hidup dalam menentukan keputusan pembelian pada masyarakat Purwokerto. Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Model pengumpulan data yang digunakan yakni dengan metode kuesioner, wawancara dan observasi. Sampel yang diambil yakni sebanyak 120 orang masyarakat Purwokerto yang membeli tiket menonton di bioskop CGV Cinemas Purwokerto. Metode Analisis yang digunakan adalah analisis korelasi *rank spearman* dan analisis regresi ordinal dengan alat bantu SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,580 dengan nilai *sig.* 0,000. (2) lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,615 dengan nilai *sig.* 0,000. (3) gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,738 dengan nilai *sig.* 0,000. (4) Variabel harga, lokasi, dan gaya hidup bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: harga, lokasi, gaya hidup dan keputusan pembelian**

**THE EFFECT OF PRICES, LOCATIONS, AND LIFESTYLE ON  
PURCHASE DECISIONS IN BUYING WATCH TICKETS (CASE STUDY OF  
THE PURWOKERTO COMMUNITY THAT BUYING TICKETS IN CGV  
CINEMAS PURWOKERTO)**

RACHMA NUR AGISTA AZAHRA  
NIM. 1423203112

E-mail: [nuragista25@gmail.com](mailto:nuragista25@gmail.com)

Department of Islamic Economics Faculty of Economics and Business Islam  
State Institute of Islamic Studies (IAIN) Purwokerto

***ABSTRACT***

Kotler stated that a decision to buy something is the last choice taken by the consumers in fulfilling their willingness or needs. Tjiptono said that prices the sum of process relating to particular strategies and tactics such as price levels, discount, structure, payment requirements and the levels of price discriminations among the customer groups. Muhammad Adam revealed that location relates to a decision made by a company about where to place the marketing operation and staffs. Donni pointed out that lifestyle is a description of costumers behavior which is in accordance with how to live, spend up money, and use their spare time.

This research aims to determine the effect of price, location and lifestyle in determining purchasing decisions in the community of Purwokerto. This research is a type of research using quantitative methods. Data collection models used were questionnaires, interviews and observation methods. The samples taken were 120 people from Purwokerto who bought watch tickets at the CGV Cinemas cinnema in Purwokerto. The analytical method used is Spearman rank correlation analysis and ordinal regression analysis with SPSS tools.

The results showed that: (1) prices have a positive effect on purchasing decisions, with a correlation coefficient of 0.580 with a sig value. 0,000. (2) location has a positive effect on purchasing decisions, with a correlation coefficient of 0.615 with a sig value. 0,000. (3) lifestyle has a positive effect on purchasing decisions, with a correlation coefficient of 0.738 with a sig value. 0,000. (4) Price, location, and lifestyle variables together influence purchasing decisions simultaneously.

**Keywords: price, location, lifestyle and the decision of purchase**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	ša	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

### Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### *Ta' Marbu'ah* di akhir kata bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)



**Vokal Rangkap**

1.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	<i>fathah</i> + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

**Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof**

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**Kata Sandang Alif+Lam**

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

**Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض

Ditulis

*zawī al-furūd*

اهل السنة

Ditulis

*ahl as-Sunnah*



IAIN PURWOKERTO

### **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, hidayah dan kesempatan untuk terus belajar.
2. Ayah dan Bunda terkasih, Ayah Suparno dan Bunda Enur Nurhayati, yang selalu memberikan perhatian, motivasi, kasih sayang dan do'a terbaik yang tak terhingga.
3. Keluarga besar M. Zarkasih Anjarkomara dan Siti Aminah (Bandung) dan Alm. Soedarto Noto Miharjo dan Almh Kaminah (Banyumas) yang senantiasa memberikan nasehat dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Mas Iqbal, Kaka Icha, Intan Nabilla dan keponakan uu Prisa Arsyila yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayang.
5. Teruntuk sahabat-sahabat saya yang selalu menemani saya baik dalam keadaan susah mau pun senang, dan selalu bersedia direpotkan oleh saya.
6. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2014 kelas C serta semua teman yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

**IAIN PURWOKERTO**

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah rabbil 'alamiin*, rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, berkah, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
2. Dr. H. Munjin, M.Pd.I., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Drs. H. Asdlori, M.Pd.I., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Supriyanto, Lc. M.S.I., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E, M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Chandra Warsito. S.TP, M.S.I., Penasehat Akademik Jurusan Ekonomi Syari'ah C angkatan 2014 terimakasih atas kebersamaan, bimbingan serta nasehatnya dalam keberlangsungan studi.
8. Rahmini Hadi . S.E, M.Si., Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terimakasih saya ucapkan dalam doa atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan Ibu, amin.

9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Purwokerto.
10. Orang tua saya, Ayah tersabar Suparno dan Bunda terhebat Enur Nurhayati yang saya kasihi, sayangi dan cinta, yang selalu memberikan kasih sayangnya, merawat, mendidik, menasehati serta mendoakan tiada henti yang selalu menguatkan, memberi semangat dan keyakinan kepada saya.
11. Keluarga besar M. Zarkasih Anjarkomara dan Siti Aminah (Bandung) dan Alm. Soedarto Noto Miharjo dan Almh. Kaminah (Banyumas) yang senantiasa memberikan nasehat dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Tim Horeku; Noni, Kak Puput, Mba Ipeh, Dela, Nia, Upik, Anisa, Sisi, Reka, Ayu, Lilis, Winchi, Hena dan Fatma yang selalu membantu, mendoakan dan support penulis
13. Sahabatku Maulana Wedy Irkham dan Angga Bangkit Pambudhi yang selalu sabar mendengarkan semua curhat dan kegundahanku disegala suasana, dan berhasil membuat semangat lagi.
14. Galauan ; Nurlinda, Zumar, Nugroho, Bang Hilmi, Dewi, Najib dan Dhani yang selalu kompak dalam segala situasi.
15. Temen-temen Kos Koeswati yang selama 2tahun belakang menemani dan memberi dukungan Ani, Siti, Sofi, Sifa, Putri, Rara, Tina, Atik,
16. Geng Mercon yang selalu mendoakanku Bang Aziz dan Arinni Abdillah
17. Rese Club yang selalu setia direpotkan Friska Oktaviani, Adi Nuryadin, Jody Reza
18. Temen lawak yang selalu membuat penulis begembira selalu : Aly, Ipeng, Dobeng Akun, Ariq, Wawan, Agung, dan Irfi.
19. Teman Berfaedah Sofia, Khusni, Ikhsan dan Hari yang selalu mendoakan untuk segera wisuda
20. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Ekonomi Syari'ah Cangkatan 2014, terimakasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
21. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiin.

Purwokerto, 7 Januari 2019



Rachma Nur Agista Azahra  
NIM. 1423203112



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxi</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
 <b>BAB II PENGARUH HARGA, LOKASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMBELI TIKET MENONTON (Studi Kasus Masyarakat Purwokerto Yang Menonton di Bioskop CGV Cinemas Purwokerto)</b>	

A. Harga.....	9
1. Pengertian Harga.....	9
2. Tujuan Penetapan Harga.....	9
3. Strategi Penetapan Harga.....	11
4. Faktor yang Perlu di Pertimbangkan dalam Penetapan Harga.....	12
B. Lokasi.....	14
1. Pengertian Lokasi.....	14
2. Strategi Lokasi dan Biaya.....	15
3. Faktor Penentu Pemilihan Lokasi.....	16
C. Gaya Hidup.....	18
1. Pengertian Gaya Hidup.....	18
2. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	19
D. Perilaku Konsumen.....	22
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	23
E. Keputusan Pembelian.....	29
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	40
2. Proses Keputusan Pembelian.....	30
3. Dimensi Keputusan Pembelian.....	32
F. Peneliti Terdahulu.....	35
G. Hubungan Harga, Lokasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
H. Kerangka Berfikir.....	40
I. Hipotesis.....	40

J. Landasan Teologis .....	41
----------------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	43
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	43
C. Populasi dan Sampel .....	43
D. Variabel dan Indikator .....	44
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
G. Teknik Analisis Data .....	50

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	53
B. Profil Responden .....	53
C. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
D. Analisis <i>Rank Spearman</i> .....	61
E. Analisis Koefisien <i>Konkordansi Kendall W</i> .....	64
F. Analisis Regresi Ordinal .....	66
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	78

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Bioskop Tahun 2015-2017 .....	1
Tabel 1.2 Daftar Promo dan Ketentuan.....	3
Tabel 2.1 Perbandingan Hasil Kajian Peneliti Terdahulu .....	37
Tabel 3.1 Indikator Penelitian .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Harga.....	57
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Lokasi .....	57
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup .....	58
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	58
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.11 Hasil Output Uji <i>Rank Spearman</i> hipotesis 1 .....	61
Tabel 4.12 Hasil Output Uji <i>Rank Spearman</i> hipotesis 2 .....	62
Tabel 4.13 Hasil Output Uji <i>Rank Spearman</i> hipotesis 3 .....	62
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Ordinal.....	64
Tabel 4.15 Hasil <i>Case Processing Summary</i> Ordinal 1 .....	64
Tabel 4.16 Hasil <i>Model Fitting Information</i> 1.....	65
Tabel 4.17 Hasil <i>Parameter Estimates</i> Ordinal 1 .....	65
Tabel 4.18 Hasil <i>Case Processing Summary</i> Ordinal 2.....	66
Tabel 4.19 Hasil <i>Model Fitting Information</i> 2.....	67
Tabel 4.20 Hasil <i>Parameter Estimates</i> Ordinal 2 .....	67
Tabel 4.21 Hasil <i>Warnings</i> Ordinal 3 .....	68

Tabel 4.22 Hasil <i>Case Processing Summary</i> Ordinal 3 .....	69
Tabel 4.23 Hasil <i>Model Fitting Information</i> 3 .....	69
Tabel 4.24 Hasil <i>Parameter Estimates</i> Ordinal 3 .....	70
Tabel 4.25 Hasil <i>Warnings</i> Ordinal Multivariat .....	71
Tabel 4.26 Hasil <i>Case Processing Summary</i> Ordinal Multivariat .....	71
Tabel 4.27 Hasil <i>Model Fitting Information</i> Ordinal Multivariat .....	72
Tabel 4.28 Hasil <i>Godness-Of-Fit</i> Ordinal Multivariat .....	73
Tabel 4.29 Hasil <i>Pseudo R-Square</i> Ordinal Multivariat .....	73
Tabel 4.30 Hasil <i>Parameter Estimates</i> Ordinal Ordinal Multivariat .....	74



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era modern saat ini, dapat kita lihat bahwa dunia layar lebar tengah mengalami peningkatan. Berdasarkan survey yang dilakukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS), Kepala Bekraf Triawan Munaf mengatakan bahwa film dapat berdampak pada industri lainnya seperti fashion, musik, pariwisata, hingga penerbangan. Pertumbuhan yang paling terasa dari industri film adalah peningkatan jumlah penonton yang datang ke bioskop. Dalam dua tahun, penonton yang datang ke bioskop mengalami peningkatan (Harian Nasional, 2018). Adapun jumlah penontonnya sebagai berikut<sup>1</sup>:

**Tabel 1.1**  
**Data Pengunjung Bioskop Tahun 2015-2017**

Tahun	Jumlah Penonton
2015	16.000.000 penonton
2016	34.500.000 penonton
2017	42.700.000 penonton

Masyarakat Indonesia mulai menganggap dunia layar lebar menjadi sebuah pilihan hiburan. Hiburan layar lebar atau bioskop ini pun sudah banyak di berbagai kota di Indonesia, begitu juga di kota Purwokerto. Purwokerto adalah Ibu Kota Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia. Berbagai julukan disandang Kota di jalur selatan Jawa Tengah ini dari kota wisata, kota kripik, kota pendidikan, kota satria, hingga kota kuliner.

Di kota Purwokerto banyak orang yang sibuk dengan pekerjaan dan rutinitas harian sehari-hari. Kesibukan yang padat membuat masyarakat membutuhkan suatu tempat untuk melepas kepenatan. Hal ini menyebabkan banyak orang membutuhkan hiburan. Karena jika bekerja terlalu lama maka akan timbul rasa jenuh dan akan menyebabkan stres. Stres adalah penyebab utama dalam gangguan kesehatan dalam jangka panjang. Untuk menghindarinya dapat

---

<sup>1</sup><http://m.harnas.co> diakses pada tanggal 5 Juni 2018 pukul 13.00

diantisipasi dengan melakukan hiburan menonton film. Menonton film dapat dilakukan didalam rumah dengan menonton TV, VCD maupun DVD. Menonton juga dapat dilakukan diluar rumah yaitu di bioskop.

Dengan adanya sebuah tempat hiburan berupa bioskop layar lebar, para penduduk Purwokerto dan sekitarnya bisa menjadikan sebagai sarana pilihan *refreshing* singkat dan ringan. Hal ini dikarenakan dunia perfilman memiliki beragam genre film yang seru dan asik untuk dinikmati sesuai dengan selera masing-masing. Di bioskop CGV Cinemas terdapat perbedaan dalam penayangan film, film yang disediakan berbeda dengan bioskop lainnya.<sup>2</sup> *Refreshing* singkat ini bisa dikatakan sebagai bentuk dari keputusan masyarakat untuk menonton. Tiap pengunjung punya alasan masing-masing mengapa mereka memutuskan untuk menonton di bioskop dari pada memilih hiburan lain.

Dalam era modern ini berkembang pula kelompok konsumen yang mencari prestise (*prestige seeking*). Mereka membentuk segmen untuk produk-produk mewah (*high end*) yang banyak dibidik oleh pemasar yang memasang target keuntungan tinggi dari konsumen tertentu.<sup>3</sup> Pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari dan kehidupan berorganisasi, keputusan beli pun ditentukan dengan cara memilih tindakan dari dua alternatif pilihan atau lebih, tergantung pada sifat pembeliannya.<sup>4</sup>

Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk. Untuk sebagian besar konsumen harga adalah faktor utama yang dipertimbangkan dalam pemilihan produk ataupun jasa.<sup>5</sup> Harga tiket yang terdapat di bioskop CGV Cinemas Purwokerto dengan tarif dari hari senin sampai hari jumat Rp 30.000,- sedangkan *weekend* atau hari libur dikenakan tarif harga tiket sebesar Rp 35.000,-. Pembelian tiket di bioskop CGV Cinemas Purwokerto bisa langsung datang ke tempat maupun pemesanan online melalui aplikasi CGV yang bisa di download di app store / play store, melalui web CGV.

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Daryanto, (Manajer bioskop Cgv Cinemas), pada tanggal 2 Agustus 2018 pukul 14:42 WIB.

<sup>3</sup> Prasetijo dan John, *perilaku konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 64.

<sup>4</sup> Prasetijo dan John, *perilaku konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 234.

<sup>5</sup> Etta mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 132.

Bioskop yang tergolong baru di Purwoketo dengan adanya perbedaan harga Rp 5.000,- dengan bioskop lain yang ada di Purwokerto tidak menutup kemungkinan bahwa pengunjung bioskop CGV Cinemas tidak pernah sepi. Dengan perbedaan harga tersebut, konsumen bisa menikmati pelayanan yang berbeda pula dengan bioskop lain.<sup>6</sup> Perbedaan yang paling menonjol adalah materi film dan kualitas dari bioskop CGV Cinemas. Bioskop CGV Cinemas memiliki berbagai macam genre film, bukan hanya film Hollywood, namun juga Film Festival, Art House, Film India, Animasi dan berbagai film yang berasal dari seluruh dunia dengan berbagai bahasa. Di bioskop CGV Cinemas selain bisa untuk menonton film, juga terdapat sebuah ruang digunakan untuk *meeting*, seminar, acara ulang tahun, acara musik. Selain itu di bioskop CGV terdapat banyak promo setiap harinya, diantaranya adalah:<sup>7</sup>

**Tabel 1.2**  
**Daftar Promo dan Ketentuan**

No	Hari	Promo	Keterangan
1	Senin	Buy one get one	Khusus Pengguna Kartu Kredit Bank CIMB Niaga
2	Selasa	Buy one get one	Khusus Pengguna Kartu Kredit Bank CIMB Niaga
3	Rabu	Buy one get one	Khusus Pengguna Kartu Kredit Bank BNI
4	Kamis		
5	Jumat	Buy one get one	Menggunakan point extra Bank CIMB Niaga
6	Sabtu	Buy one get one	Menggunakan point extra Bank CIMB Niaga
		Buy one get one + free popcorn+ 2minuman	Khusus Pengguna BRI Prioritas
		Buy one get one	Khusus Bank Muamalat Kartu Syar'i
		Diskon 50%	Khusus Pengguna kartu BCA Ekspresi
		Buy three free one	Khusus Pengguna Bank Bni (online)
7	Minggu	Buy one get one + free popcorn+ 2minuman Buy one get one	Khusus Pengguna BRI Prioritas  Khusus untuk pengguna Kartu Kredit Bank BNI

Sumber : wawancara dengan manager bioskop CGV Cinemas

<sup>6</sup>Wawancara dengan Bapak Daryanto, (Manajer CGV Cinemas), pada tanggal 2 Agustus 2018 pukul 14:42 WIB

<sup>7</sup> <http://www.blitzmegaplex.com> diakses pada tanggal 8 November 2018 pukul 15.00

Data pra observasi menunjukkan 16 dari 30 pengunjung menyatakan bahwa harga di bioskop CGV Cinemas Purwokerto sesuai dengan daya beli masyarakat. Sedangkan 10 pengunjung mengatakan netral dan 4 sisanya tidak setuju dengan harga tiket yang dapat terjangkau oleh semua kalangan.

Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.<sup>8</sup> Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran. Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibanding toko lainnya yang berlokasi kurang strategis. Meskipun keduanya ada menjual produk yang sama. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat menguntungkan laba.<sup>9</sup>

Lokasi bioskop CGV Cinemas Purwokerto ini berada di lantai 5 (lima) Rita Supermall. *Opening* dari Rita Supermall ataupun bioskop CGV Cinemas ini pada tanggal 22 Desember 2016 yang terletak di tengah kota tepat didepan alun-alun Purwokerto. Bioskop CGV Cinemas Purwokerto sudah memiliki 47 cabang di seluruh Indonesia.<sup>10</sup> Lokasi bioskop CGV Cinemas Purwokerto tergolong lokasi yang strategis, karena letaknya berada dekat dengan pusat keramaian dan padat penduduknya. Dari lokasi bioskop CGV Cinemas didukung dengan sarana prasana yang memadai, seperti tempat parkir yang luas, nyaman dan aman untuk pengendara roda dua (motor) maupun pengendara roda empat (mobil). Akses yang dijangkau untuk lokasi bioskop CGV Cinemas Purwokerto mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum sehingga mempermudah jangkauan.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui pra observasi bahwa 23 dari 30 pengunjung bioskop CGV Cinemas Purwokerto mengatakan lokasi bioskop mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi maupun umum dan 7 dari 30 pengunjung mengatakan bahwa lokasi bioskop tidak mudah dijangkau.

---

<sup>8</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 31.

<sup>9</sup> Dede Aprisal, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Great Store Clothing Samarinda", *eJurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5 No. 3, 2017, hlm. 817.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Daryanto (Manajer CGV Cinemas), pada tanggal 2 Agustus 2018 pukul 14:42 WIB

Bangunan megah yang ada di Rita Supermall (Bioskop CGV Cinemas Purwokerto) sangat menarik dan dibuat menyenangkan mungkin untuk para pengunjung sehingga pengunjung tidak merasa bosan menunggu di bioskop. Di dalam bioskop CGV Cinemas Purwokerto juga terdapat restoran, tempat bermain dan tempat untuk berbelanja yang bisa dikunjungi lainnya.

Gaya hidup konsumen adalah gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu luang yang dimilikinya.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini gaya hidup adalah bagaimana pengunjung bioskop CGV Cinemas Purwokerto menggunakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu untuk menonton di bioskop CGV Cinemas Purwokerto.

Hal ini dibuktikan dengan studi pra observasi gaya hidup para pengunjung bioskop CGV Cinemas Purwokerto. Sebanyak 15 dari 30 masyarakat setuju bahwa menonton di bioskop CGV Cinemas Purwokerto untuk mengikuti gaya hidup yang semakin modern. Kemudian 15 pengunjung lainnya mengatakan tidak setuju bahwa menonton di bioskop CGV Cinemas Purwokerto untuk mengikuti gaya hidup yang semakin modern.

Keputusan pembelian adalah pilihan akhir yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya. Semua perilaku konsumen dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu pilihan yang ada.<sup>12</sup> Hal tersebut bisa dibuktikan dengan data pra observasi bahwa 29 dari 30 pengunjung bioskop CGV Cinemas Purwokerto dalam memutuskan membeli tiket menonton untuk hiburan dan mengurangi rasa jenuh.

Dari penjelasan di atas jelas bahwa variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh harga, lokasi dan gaya hidup. Dengan berbagai fenomena, dan hasil pra observasi di atas, menarik untuk dilakukan penelitian dengan mengambil judul **“analisis pengaruh harga, lokasi, gaya hidup terhadap keputusan pembelian dalam membeli tiket menonton (masyarakat Purwokerto yang menonton di bioskop CGV Cinemas Purwokerto)”**.

---

<sup>11</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Bersaing Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 185.

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principle of Marketing 12 E Personal*, (New Jersey: Internal Edition, 2008), hlm. 130.

## B. Definisi Operasional

Untuk dapat memahami persoalan yang akan dibahas dalam upaya menghindari kesalah pahaman dan perbedaan persepsi dalam memahami judul skripsi, maka akan diuraikan pengertian yang terdapat dalam judul tersebut:

### 1. Harga

Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk. Untuk sebagian besar konsumen harga adalah faktor utama yang dipertimbangkan dalam pemilihan produk ataupun jasa.<sup>13</sup>

### 2. Lokasi

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran. Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibanding toko lainnya yang berlokasi kurang strategis. Meskipun keduanya ada menjual produk yang sama. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat menguntungkan laba.<sup>14</sup>

### 3. Gaya Hidup

Assael (2002) menyatakan bahwa gaya hidup berkaitan dengan bagaimana cara seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Mowen dan Minor (2002) menyatakan bahwa gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup konsumen adalah gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu luang yang dimilikinya.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Etta mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 132.

<sup>14</sup> Dede Aprisal, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Great Store Clothing Samarinda", *eJurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5 No. 3, 2017, hlm. 817.

<sup>15</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Bersaing Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 185.

#### 4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah pilihan akhir yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya. Semua perilaku konsumen dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu pilihan yang ada.<sup>16</sup>

#### 5. Bioskop CGV Cinemas Purwokerto

Bioskop CGV Cinemas Purwokerto dibuka pada tanggal 22 Desember 2016 bertepatan dengan dibuka Rita Supermall. Bioskop CGV Cinemas terdapat 5 Auditorium termasuk standar, 3D dan sweetbox (1 bed untuk 2 tiket bisa untuk 2 orang maupun 1 orang). Bioskop CGV Cinemas buka mulai jam 10.00 pagi sampai jam 24.00 tergantung durasi film yang ditonton. Didalam bioskop CGV Cinemas Purwokerto juga terdapat sebuah ruang untuk seminar, penampilan band acara musik, perayaan ulang tahun, *meeting*.<sup>17</sup>

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah harga, lokasi, gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan rumusan masalah penelitian, maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>16</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principle of Marketing 12 E Personal*, (New Jersey: Internal Edition, 2008), hlm. 130.

<sup>17</sup>Wawancara dengan Bapak Daryanto (Manajer CGV Cinemas), pada tanggal 2 Agustus 2018 pukul 14:42 WIB

3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang bidang ekonomi Islam, khususnya dalam bidang perilaku konsumen dan dapat menjadi bahan rujukan dalam penelitian yang lebih lanjut. Selain itu penelitian ini diharapkan juga dapat mengembangkan penelitian sebelumnya yang masih terdapat perbedaan hasil penelitian. Sehingga nantinya bisa bermanfaat dan menjadi sumber informasi yang dapat digunakan bagi pihak yang berkepentingan.

##### 2. Penulis

Menambah pengetahuan untuk meningkatkan wawasan mengenai bidang yang sedang ditekuni dalam melakukan analisis tentang perilaku konsumen, khususnya mengenai keputusan pembelian.

**IAIN PURWOKERTO**

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

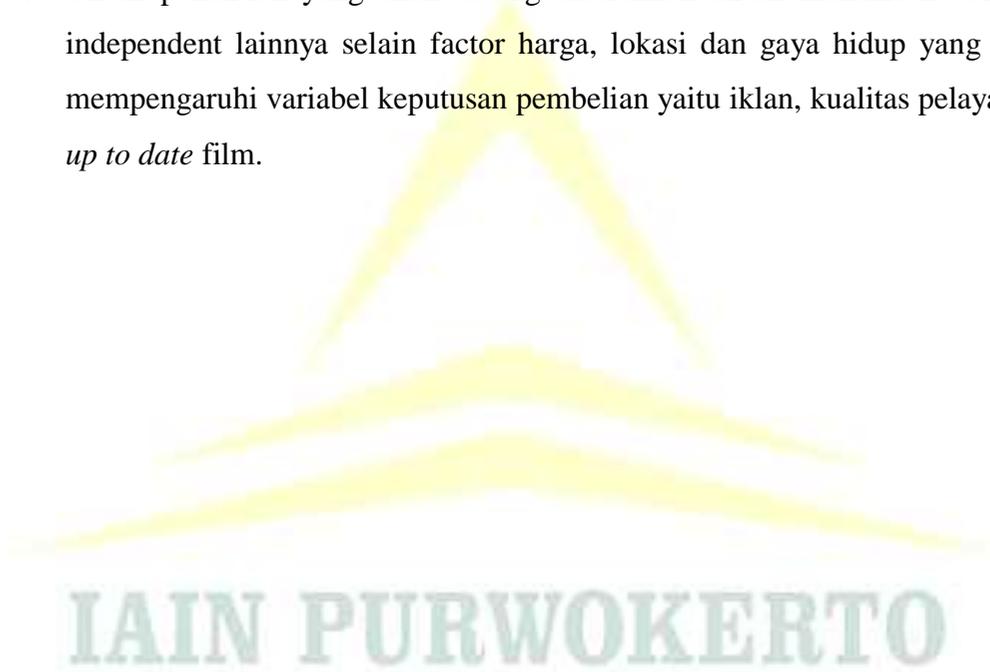
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian tiket menonton pada CGV Cinemas Purwokerto. Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Variabel harga (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien korelasi variabel harga dengan keputusan pembelian sebesar 0,580, menggunakan  $\alpha$  sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.000, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian tiket menonton di CGV Cinema Purwokerto.
- 2) Variabel lokasi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien korelasi variabel harga dengan keputusan pembelian sebesar 0,615, menggunakan  $\alpha$  sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.000, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian tiket menonton di CGV Cinema Purwokerto
- 3) Variabel harga (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien korelasi variabel harga dengan keputusan pembelian sebesar 0,738, menggunakan  $\alpha$  sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.000, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan pembelian tiket menonton di CGV Cinema Purwokerto.
- 4) Variabel harga (X1), lokasi (X2), dan gaya hidup (X3) bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

## B. Saran

Dari hasil yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Harga dari tiket menonton di bioskop CGV Cinemas Purwokerto sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan. Sebaiknya pengelola bioskop CGV Cinemas Purwokerto mampu mempertahankan kualitas pelayanan yang ada.
2. Pengelola mampu memberikan suasana yang nyaman dan santai ketika konsumen sedang menunggu jadwal pemutaran film.
3. Pengelola dapat memberikan informasi terbuka untuk bahan penelitian.
4. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independent lainnya selain factor harga, lokasi dan gaya hidup yang akan mempengaruhi variabel keputusan pembelian yaitu iklan, kualitas pelayanan, *up to date* film.



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anaroga, BJ dan Sri, Setyo Iriani. 2014. *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone merek Samsung Galaxy*. Universitas Negeri Semarang. Semarang
- Aprisal, Dede. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Great Store Clothing Samarinda. *eJurnal Administrasi Bisnis*.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*., Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Engel, J.F., et al. 1995. *Perilaku Konsumen* Edisi 8. Jilid 1. Binarupa Aksara. Jakarta
- Isna, Alizar & Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif*. STAIN Press. Purwokerto
- Jerry C Olson, J Paul Peter. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi II*. Jakarta: Salemba Empat.
- John, dan Ristiyanti Prasetyo. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Kaharu, Debora dan Anindhyta, Budiarti. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic*. STIESIA. Surabaya
- Kodu, Sarini. 2013. *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Indeks, Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip. Amstrong, Gary. 2008. *Principle of Marketing 12 E Personal*. International Edition. New Jersey.
- Longenecker, Justin G. 2001. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil edisi I*, (Jakarta: Salemba Empat.
- Martinus Febrian, dan Desy Purwanti. 2013. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.

- Payne, A. 2007. *Pemasaran Jassa 1*. Andi and Person Education, Yogyakarta
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bersaing Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia.
- Rosda, Siti Saodah. 2017. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional*. Cianjur: Journal Agrosience.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset. Yogyakarta
- Sasi Agustin, dan Artika Romal Amrullah. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ekonomi dan Riset Manajemen*.
- Sinambow, Sandy & Irvan, Trang. 2015. *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi & Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall*. Jurnal EMBA. Vol 3. Hal 300-311.
- Sofian Effendi, dan Masri Singarimbun. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sopiah, dan Etta mamang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga*. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2018 *Strategi Pemasaran edisi IV*. Andi. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2018 *Strategi Pemasaran edisi 2*. Andi. Yogyakarta

Walukow. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi & Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bantenan Center Sonder Minahasa*. Jurnal EMBA Vol 12.Hal1686-1814.

Wawancara dengan Bapak Daryanto. 2018. Manajer CGV Cinemas.

Wood, Ivonne. *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*, hlm. 46

Yusup, Muhammad. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Semarang

**INTERNET :**

<http://m.harnas.co/2018/02/28/penonton-film-indonesia>

<http://www.blitzmegaplex.com>



IAIN PURWOKERTO