

**PENGARUH IKLAN INTERNET, KELOMPOK ACUAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON PADA CINEMAXX  
LIPPO PLAZA KUPANG  
(Studi Pada Mahasiswa Strata Satu Fakultas Ekonomi Universitas Katolik  
Widya Mandira Kupang)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**Margaretha Selin Leo  
No. Registrasi: 32114017**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2018**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Kupang, Mei 2018

**Pembimbing I**

  
Drs. Egi Gandensius Djuang, MM

**Pembimbing II**

  
Rosadlima Tisu, SE, MM

Kupang,.....  
**Ketua Program Studi Manajemen**

  
Rosadlima Tisu, SE, MM

## LEMBAR PERSETUJUAN

Telah disetujui dan diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 15 Mei 2018  
Jam : 11.00 – 13.00 Wita  
Atas Nama : Margaretha Selin Leo  
Dinyatakan : LULUS

### Panitia Ujian Skripsi

Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

(.....)

Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM

(.....)

Penguji I : Dra. Sukanti, MM

(.....)

Penguji II : Drs. Wilhelmus Ngete, MM

(.....)

Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

(.....)

### Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Jou Sewa Adrianus, SE, MM

Ketua Program Studi Manajemen

  
Rosadalima Tisu, SE, MM

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

Karena setiap orang yang meminta, menerima dan setiap orang yang mencari,  
mendapat dan setiap orang yang mengetok, baginya pintu dibukakan.

Matius 7:8

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak tercinta, Alm. Yoseph Manek Leo.
2. Mama tersayang, Yosefina Manek.
3. Saudara-saudara tercinta, Maria Imaculata Ivoni Karlinda Leo, Maria Vanessa Nining Leo, Milenia Diani Leo, Alm. Stefanus Steven Leo dan Yonathan M. Septian, yang selalu mendukung, memberikan semua yang penulis butuhkan dan selalu mendoakan penulis.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat dan kebaikannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Iklan Internet, Kelompok Acuan Dan Harga Terhadap Keputusan Menonton Pada Cinemaxx Lippo Plaza Kupang**” diajukan guna memenuhi syarat lulus pendidikan Strata 1 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Pemasaran Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis, untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ketua Program Studi Manajemen dan Sekretaris Program Studi Manajemen, yang telah membantu penulis dari awal kuliah hingga selesai.
4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III, yang telah dengan sabar membimbing penulis dari proposal hingga skripsi ini selesai.

5. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Pembimbing II dan Sekretaris dalam ujian Skripsi, yang telah membantu dan membimbing penulis dari proposal hingga skripsi ini selesai.
6. Ibu Dra. Sukanti, MM, dan bapak Drs. Wilhelmus Ngete, MM selaku Penguji I dan Penguji II yang telah memberikan kritikan dan masukan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu kepada penulis dari awal kuliah sampai selesai.
8. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi yang selalu membantu penulis dari awal kuliah di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
9. Orang tua serta kakak adik yang selalu memberikan dukungan, doa dan materi kepada penulis dalam aktivitas perkuliahan di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
10. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2014 dan semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dengan adanya keterbatasan kemampuan dan waktu yang penulis miliki, maka hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan tulisan ini sangat penulis harapkan.

Kupang, Mei 2018

Penulis

## ABSTRAK

MARGARETHA SELIN LEO No. Reg. 321 14 017 dengan judul skripsi PENGARUH IKLAN INTERNET, KELOMPOK ACUAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON PADA CINEMAXX LIPPO PLAZA KUPANG, dibawah bimbingan Drs. Ec Gaudensius Djuang, MM sebagai pembimbing I dan Rosadalima Tisu, SE,MM sebagai pembimbing II.

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, membuat perusahaan menciptakan berbagai sarana promosi. Salah satunya adalah Bioskop, yang menciptakan Cinemaxx, yang dipromosikan lewat internet. Namun, jumlah penonton pada Bioskop terus mengalami penurunan. Masyarakat dalam memutuskan untuk menonton di Bioskop, memerlukan informasi dari iklan internet, kelompok acuan dan harga. Masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana persepsi konsumen tentang iklan internet, kelompok acuan, harga dan gambaran tentang keputusan menonton film pada Cinemaxx Lippo Plaza Kupang? 2) Apakah iklan internet, kelompok acuan dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton film pada Cinemaxx Lippo Plaza Kupang? 3) Apakah iklan internet, kelompok acuan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton film pada Cinemaxx Lippo Plaza Kupang?

Penelitian dilakukan di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 108 responden, menggunakan teknik *aksidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis ini menggunakan alat statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan kategori persepsi variabel iklan internet 83,15%, variabel kelompok acuan 83,93%, variabel harga 74,63% dan variabel keputusan menonton 82,7%, sehingga hasil analisis deskriptif dari semua variabel, dikategorikan dalam kategori baik. Analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 0,438X_1 + 0,182X_2 + -0,187X_3$ . Hasil uji t menunjukkan variabel iklan internet dan kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton, sedangkan variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menonton. Hasil uji F menunjukkan variabel iklan internet dan kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton, sedangkan variabel harga berbanding terbalik, yaitu semakin rendah harga semakin tinggi permintaan. Hasil koefisien determinasi adalah 0,203 atau 20,3%, artinya 20,3% variabel keputusan menonton merupakan kontribusi dari variabel iklan internet, kelompok acuan dan harga, sedangkan sisanya 79,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada perusahaan agar hendaknya membuat strategi baru, seperti pemberian diskon atau promo, yang salah satunya adalah harga tiket, kepada konsumen atau kelompok acuan, guna menarik minat konsumen untuk menonton pada Cinemaxx Lippo Plaza Kupang.

**Kata kunci:** iklan internet, kelompok acuan, harga, keputusan menonton.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Konsep Pemasaran .....	12
B. Keputusan Pembelian .....	14
C. Periklanan.....	21
D. Iklan Internet .....	23
E. Kelompok Acuan .....	27
F. Harga.....	32



G. Penelitian Terdahulu .....	37
H. Kerangka Pemikiran .....	39
I. Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
B. Populasi dan Sampel .....	43
C. Jenis Data .....	44
D. Teknik Pengumpulan Data .....	45
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	46
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49
G. Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Karakteristik Responden .....	59
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	62
C. Analisis Data .....	68
D. Pembahasan .....	80
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1 Data Jumlah Penonton Cinemaxx Lippo Plaza Kupang .....	5
Tabel 1.2 Harga Tiket Masuk Pada Cinemaxx Lippo Plaza Kupang .....	8
Tabel 2.1 Jenis Media Periklanan .....	22
Tabel 2.2 Deskripsi Fitur Dalam Iklan Internet .....	25
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator .....	47
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi .....	61
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Uang Jajan Per Bulan .....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan Internet .....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Acuan .....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menonton .....	65
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	66
Tabel 4.10 Jawaban Responden Variabel Iklan Internet .....	67
Tabel 4.11 Jawaban Responden Variabel Kelompok Acuan .....	69
Tabel 4.12 Jawaban Responden Variabel Harga .....	70
Tabel 4.13 Jawaban Responden Variabel Keputusan Menonton .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas .....	73
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda .....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial t .....	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan F .....	79

Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi $R^2$ .....	80
--	----

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berpikir .....	41
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	72
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas .....	72
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	74