

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KONSUMEN CINEMA XX1
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Margareta Novita Sari

NPM: 15 03 21972

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2019

SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KONSUMEN CINEMA XXI
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA



Disusun Oleh :

Margareta Novita Sari

NPM : 15 03 21972

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "E. Septiari", is written over the name of the supervisor.

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 11 Juni 2019

SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KONSUMEN CINEMA XXI
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

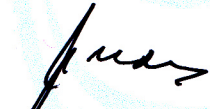
Margareta Novita Sari

NPM : 15 03 21972


Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 2 Juli 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

Anggota Panitia Penguji



Nadia Nila Sari, SE., MBA.


E. Dita Septiari, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 2 Juli 2019

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
BISNIS DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KONSUMEN CINEMA XXI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan maupun ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Juni 2019



Margareta Novita Sari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat dan karunia-Nya yang melimpah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KONSUMEN CINEMA XXI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA” dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan penuh syukur, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat yang diberikan kepada saya sampai saat ini.
2. Ibu E. Dita Septiari, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dan mendampingi penulis dari awal hingga akhir pembuatan skripsi ini, serta semangat yang diberikan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Orang tua saya, Yustinus Sularno dan Emeliana Sunarti yang selalu memberikan dukungan secara moral maupun materi serta doa yang senantiasa dilimpahkan untuk kelancaran proses studi saya.

4. Kakakku di Magelang, Mbak Erna dan Mas David yang telah menjadi rumah kedua untuk saya dan juga yang telah menemani serta membimbing selama masa studi saya.
5. Kakakku di Wonogiri, Mas Heri dan Mas Nug yang terkasih dan tersayang yang telah mendukung dalam doa.
6. Sahabat yang saya sayangi, Falentina Elmia Pitra Sari dan Bernadus Anggit Bayu Ratri yang selalu mendukung dan menemani saya serta menjadi pendengar setia dalam setiap keluh kesah saya.
7. Teman-teman yang terkasih dan tersayang, Ester Apulia Ankaduesra Simamora, Chrissentia Edna Wulandari, Natalia Putri Candra, Ratna Novita dan Robertus Bellarmino Jonathan Kevin Pradana yang selalu setia dari semester satu menemani dan menjadi tempat curhat saya selama di Yogyakarta.
8. Teman-teman seperjuangan skripsi yang selalu setia bersama saya dimasa-masa perjuangan dalam pengerjaan skripsi. Terima kasih telah bersedia memberikan waktunya untuk mengerjakan skripsi bersama dan selalu menjadi penghibur bagi saya.
9. Segenap warga Student Staff Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta Periode Januari 2019 - Juli 2019, terimakasih untuk dukungan dan semangat yang telah diberikan selama pengerjaan skripsi sekaligus menjadi teman sekerja saya disemester akhir.
10. Keluarga kecilku Cell Group Alfian yang mendukung saya selama masa studi ini dan telah membuat saya semakin bertumbuh di dalam Tuhan.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Do not be anxious about anything, but in everything, by prayer and petition, with thanksgiving, present your request to God.

(Philippians 4:6)

As the body without spirit is dead, so faith without deeds is dead.

(James 2:26)

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

Tuhan Yesus Kristus

Orang Tua Tersayang

Kakak-kakakku Terkasih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kualitas Jasa.....	10
2.2 Atmosfer	12
2.3 Kualitas Interaksi	13
2.4 Citra Merek	14
2.5 Harga.....	16
2.6 Kepuasan Konsumen	18

2.7 Niat untuk Berkunjung Kembali (<i>Revisit Intention</i>).....	19
2.8 Studi Penelitian Terdahulu.....	20
2.9 Pengembangan Hipotesis	27
2.9.1 Pengaruh Atmosfer Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat untuk Berkunjung Kembali.....	27
2.9.2 Pengaruh Kualitas Interaksi terhadap Kepuasan Konsumen	28
2.9.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.9.4 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat untuk Berkunjung Kembali	30
2.9.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat untuk Berkunjung Kembali	32
2.10 Model Kerangka Penelitian.....	33
BAB III : METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian	35
3.3 Metode <i>Sampling</i>	35
3.2.1 Populasi dan Sampel	35
3.2.2 Data dan Sumber Data	36
3.2.3 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3 Definisi Operasional	38
3.4 Metode Pengukuran Data.....	40
3.5 Metode Pengujian Instrumen	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2 Uji Reliabilitas	42
3.6 Metode Analisis Data.....	43
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Analisis Data Statistik Deskriptif.....	46
4.1.1 Jenis Kelamin.....	47

4.1.2 Usia	47
4.1.3 Pendidikan.....	48
4.1.4 Perilaku Pembelian	48
4.1.4.1 SMA / SMK / Sederajat.....	48
4.1.4.2 Strata 1	50
4.2 Analisis <i>Partial Least Squares</i> (PLS).....	51
4.2.1 <i>Inner Model</i>	51
4.2.2 <i>Outer Model</i>	52
4.2.3 <i>Diagram Path</i>	53
4.2.4 Estimasi.....	53
4.2.5 <i>Goodness of Fit</i>	54
4.2.5.1 Validitas Konvergen.....	54
4.2.5.2 Validitas Diskriminan.....	55
4.2.5.3 Reliabilitas.....	57
4.2.5.4 Evaluasi <i>Goodness of Fit: Inner Model</i>	58
4.2.6 Uji Hipotesis	58
4.2.6.1 Pengaruh Atmosfer Terhadap Kepuasan (H1a).....	59
4.2.6.2 Pengaruh Atmosfer Terhadap Niat Berkunjung Kembali (H1b).....	59
4.2.6.3 Pengaruh Kualitas Interaksi Terhadap Kepuasan (H2).....	60
4.2.6.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan (H3).....	60
4.2.6.5 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan (H4a).....	60
4.2.6.6 Pengaruh Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali (H4b).....	61
4.2.6.7 Pengaruh Kepuasan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (H5).....	61

4.2.7 Uji Mediasi.....	61
4.2.8 Pembahasan.....	63
BAB V : PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.1.1 Kesimpulan Analisis Deskriptif.....	69
5.1.2 Kesimpulan Analisis PLS	70
5.2 Implikasi Manajerial	71
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Studi Terdahulu	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	38
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas 37 Responden	42
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas 37 Responden.....	43
Tabel 3.4	Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran	45
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2	Usia Responden	47
Tabel 4.3	Pendidikan yang Sedang Ditempuh Responden.....	48
Tabel 4.4	Waktu Menonton Responden (SMA / SMK / Sederajat)	48
Tabel 4.5	Partner Menonton (SMA / SMK / Sederajat).....	49
Tabel 4.6	Membeli Makanan / Minuman (SMA / SMK / Sederajat).....	49
Tabel 4.7	Waktu Menonton Responden (Strata 1)	50
Tabel 4.8	Partner Menonton Responden (Strata 1)	50
Tabel 4.9	Membeli Makanan / Minuman (Strata 1).....	51
Tabel 4.10	Konstruk dan Indikator.....	52
Tabel 4.11	Hasil Outer Loadings.....	54
Tabel 4.12	Hasil Average Variance Extranced (AVE).....	55
Tabel 4.13	Hasil Cross Loadings.....	55
Tabel 4.14	Fornell Larcker Criterium.....	56
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.16	Hasil R-Square.....	58
Tabel 4.17	Path Coefficient	59
Tabel 4.18	Total Indirect Effect	62
Tabel 4.19	Hasil Uji Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan Konseptual dan Arah Hipotesis.....	34
Gambar 4.1	Diagram <i>Path</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	PERTANYAAN KUESIONER.....	79
LAMPIRAN II	DATA RESPONDEN.....	83
LAMPIRAN III	DATA KUESIONER.....	92
LAMPIRAN IV	VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN SPSS.....	100
LAMPIRAN V	HASIL ANALISIS PLS.....	106
LAMPIRAN VI	JURNAL ACUAN.....	114