

TESIS
PERBEDAAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT FILM



DEAVY ROSALINE HENNY KLAVERT

No. Mhs :125001760/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : DEAVY ROSALINE HENNY KLAVERT
Nomor Mahasiswa : 125001760/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Perbedaan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Film

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Dr. MF Shellyana Junaedi, M.Si

23-1-2014



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : DEAVY ROSALINE HENNY KLAVERT
Nomor Mahasiswa : 125001760/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Thesis : Perbedaan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Film

Nama Penguji Tanggal Tanda Tangan

Dr. Shellyana Junaedi, S.E., M.,Si

23-1-14

W. Mahestu Noviandra K, S.E.,M.Sc.IB.,Ph.D

23-1-14

Budi Suprpto, MBA., Ph.D

24/1/14

Ketua Program Studi

Drs. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

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

PERBEDAAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT FILM

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

Yogyakarta, 26 Januari 2014

Yang menyatakan,

Deavy Rosaline Henny Klavert



Untuk Mama Tersayang.....

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, kesehatan dan mujizat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut serta memberikan dukungan sehingga proses penulisan tesis dan proses belajar dapat berjalan dengan baik. Yaitu:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa, semua dukungan yang diperlukan dan cinta kasihnya kepada penulis.
2. Ibu Dr. MF Shellyana Junaedi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyumbangkan waktu dan ilmunya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan tesis ini.
3. Ibu W. Mahestu Noviandra K, SE, M.Sc.IB., Ph.D dan Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan agar penulisan tesis ini menjadi lebih baik.
4. Seluruh jajaran dosen MM Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas segala bimbingan dan ajarannya dalam menempuh pendidikan ini.
5. Tim Inti MM Atma Jaya Yogyakarta angkatan September 2012 yang selalu meluangkan waktu untuk bersama-sama melepaskan kepenatan di tengah proses kegiatan belajar.
6. Seluruh teman-teman MM Atma Jaya Yogyakarta yang telah bersama-sama menempuh pendidikan ini.

7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian tesis ini.

Makalah ini penulis akui masih banyak kekurangan karena pengalaman yang penulis miliki masih sangat kurang. Akan tetapi dengan terselesaikannya tesis ini, penulis berharap dapat memberikan wacana keilmuan dalam bidang pemasaran khususnya, yang akan bermanfaat bagi banyak pihak.

Terima kasih.

Yogyakarta, 26 Januari 2014.

Deavy Rosaline Henny Klavert

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	
2.1 Perilaku Konsumen	8
2.2 Pengertian Film	11
2.3 Jenis-Jenis Film.....	12
2.4 Film Sebagai Produk Pengalaman.....	16
2.5 Atribut Film.....	16
2.5.1 Genre	17
2.5.1.1 Genre Berdasarkan <i>Setting</i>	19
2.5.1.2 Genre Berdasarkan <i>Mood</i>	22
2.5.1.3 Genre Berdasarkan Format.....	26
2.5.2 Pemain	27
2.5.3 Sutradara.....	28
2.5.4 Karya Saduran (<i>Symbolism</i>)	28
2.5.5 <i>Country of Origin</i>	29
2.5.6 Rumah Produksi.....	30
2.5.7 Sekuel.....	31

2.6 Demografik	31
2.6.1 Gender	32
2.6.2 Usia.....	32
2.6.3 Pekerjaan	34
2.7 Preferensi Konsumen.....	34
2.8 Penelitian Terdahulu.....	34
2.9 Pengembangan Hipotesis.....	38

BAB III METODA PENELITIAN

3.1 Lingkup Penelitian	40
3.2 Metoda <i>Sampling</i> dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3 Definisi Operasional	42
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	46
3.4.1 Uji Validitas	46
3.4.2 Uji Reliabilitas	49
3.5 Metoda Analisis Data	51
3.5.1 Analisis <i>Chi-Square</i>	51
3.5.2 Analisis <i>Independent Sample t-Test</i>	52
3.6 <i>Pilot Study</i>	53

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Penelitian.....	63
4.2 Profil Responden	63
4.2.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Gender	64
4.2.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.2.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku ..	67
4.2.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Kesukaan dalam Menonton Film	68
4.2.6 Frekuensi Responden Berdasarkan Media untuk Menonton Film	69
4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Film	71
4.2.8 Frekuensi Responden Berdasarkan Partner Menonton	72
4.2.9 Frekuensi Responden Berdasarkan Tujuan Menonton Film .	73
4.3 Analisis <i>Chi-Square</i>	74
4.3.1 Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film dan Genre Film ditinjau dari Gender	75
4.3.2 Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film dan Genre Film ditinjau dari Usia	82
4.3.3 Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film dan Genre Film ditinjau dari Pekerjaan	90
4.4 Analisis <i>Independent Sample t-Test</i>	97

4.4.1 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Gender Terhadap Atribut Film	98
4.4.2 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Usia Terhadap Atribut Film	100
4.4.3 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Atribut Film	104
4.4.4 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Gender Terhadap Sumber Informasi dan Teknologi dari Film	107
4.4.5 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Usia Terhadap Sumber Informasi dan Teknologi dari Film	108
4.4.6 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Sumber Informasi dan Teknologi dari Film	110
4.5 Pengujian Hipotesis	111
4.6 Pembahasan	118
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	
5.1 Kesimpulan	123
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran	128
5.3 Implikasi Manajerial	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	135

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Ringkasan Hasil Uji Validitas	48
Tabel 3.2 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 3.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 3.4Jumlah Responden Berdasarkan Ketertarikan Menonton Film di Bioskop	54
Tabel 3.5 Partner Menonton.....	54
Tabel 3.6 Frekuensi Menonton.....	55
Tabel 3.7 Tujuan Menonton	55
Tabel 3.8 Jenis Film.....	56
Tabel 3.9 Atribut Film	57
Tabel 3.10Genre Film	58
Tabel 3.11 Pemain Film	59
Tabel 3.12 Sutradara Film.....	60
Tabel 3.13 Karya Saduran.....	60
Tabel 3.14 <i>Country of Origin</i>	61
Tabel 3.15 Rumah Produksi	62
Tabel 3.16 Sekuel.....	62
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Gender	64
Tabel 4.2Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan digolongkan kedalam Gender	66
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Ketidaksukaan Menonton Film	68
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Media untuk Menonton Film.....	69
Tabel 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Partner Menonton	72
Tabel 4.6 Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film ditinjau dari Gender	75
Tabel 4.7 Perbedaan Preferensi Terhadap Genre Film ditinjau dari Gender	76
Tabel 4.8 Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film ditinjau dari Usia	82
Tabel 4.9 Perbedaan Preferensi Terhadap Genre Film ditinjau dari Usia	83
Tabel 4.10 Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film ditinjau dari Pekerjaan	90
Tabel 4.11 Perbedaan Preferensi Terhadap Genre Film ditinjau dari Pekerjaan	91
Tabel 4.12Analisis Perbedaan Preferensi Berdasarkan Gender Terhadap Atribut Film	98
Tabel 4.13Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Usia Terhadap Atribut Film	101
Tabel 4.14 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Atribut Film	104
Tabel 4.15Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Gender Terhadap Sumber Informasi dan Teknologi dari Film	107
Tabel 4.16 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Usia Terhadap Sumber Informasi dan Teknologi dari Film	108

Tabel 4.17 Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Sumber Informasi dan Teknologi dari Film

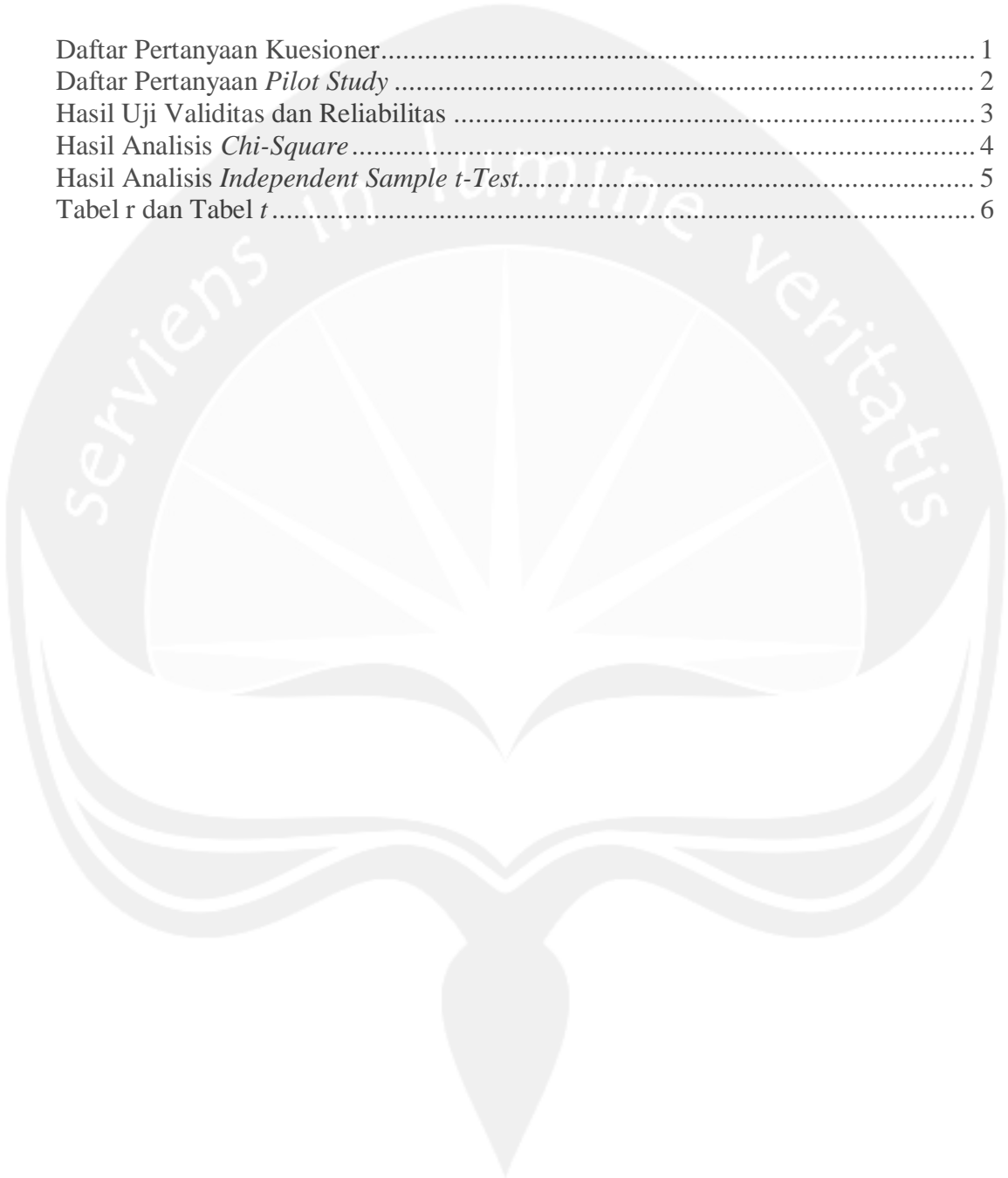


DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Gender	64
Grafik 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	65
Grafik 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Grafik 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	67
Grafik 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Kesukaan Menonton Film	68
Grafik 4.6 Perbandingan Suka dan Tidak Suka Menonton Film.....	69
Grafik 4.7 Persentase Responden Pria Berdasarkan Frekuensi Menonton Film dalam Sebulan.....	71
Grafik 4.8 Persentase Responden Wanita Berdasarkan Frekuensi Menonton Film dalam Sebulan	71
Grafik 4.9 Frekuensi Responden Berdasarkan Tujuan Menonton Film.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	1
Daftar Pertanyaan <i>Pilot Study</i>	2
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	3
Hasil Analisis <i>Chi-Square</i>	4
Hasil Analisis <i>Independent Sample t-Test</i>	5
Tabel <i>r</i> dan Tabel <i>t</i>	6



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut film yang ditinjau dari gender, usia dan pekerjaan. Variabel yang digunakan adalah genre, pemain, sutradara, karya saduran, *country of origin*, rumah produksi dan sekuel, serta dua variabel pendukung yaitu sumber informasi dan teknologi. Perkembangan film di Indonesia bisa dikatakan cukup signifikan, sehingga dilakukan penelitian untuk mengetahui perbedaan preferensi konsumen dalam menonton film.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metoda survei yang dibagikan kepada 230 orang responden yang menonton film. Analisis perhitungan data dilakukan dengan menggunakan analisis *chi-square* dan *independent sample t-Test* dengan alat bantu SPSS *Statistic Version 18*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen yang ditinjau dari gender terhadap atribut genre, sutradara dan sekuel dalam menonton film. Ditinjau dari usia terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut genre, sekuel dan sutradara. Terdapat perbedaan preferensi konsumen dalam menonton film ditinjau dari pekerjaan terhadap atribut genre, pemain dan sutradara. Selain itu juga ditemukan bahwa terdapat perbedaan preferensi ditinjau dari gender, usia dan pekerjaan terhadap variabel sumber informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen ditinjau dari gender terhadap variabel teknologi, namun terdapat perbedaan preferensi yang ditinjau dari usia dan pekerjaan terhadap variabel teknologi.

Kata kunci: atribut film, genre, pemain, sutradara, karya saduran, *country of origin*, rumah produksi, sekuel, sumber informasi, teknologi, preferensi konsumen.

ABSTRACT

This research aims to identify any differences in consumer preference towards the film attributes in terms of gender, age and employment. Variable used is the genre, cast, director, symbolism, country of origin, production house and the sequel, as well as supporting the two variables which is a source of information and technology. The development of the film in Indonesia could be said to be quite significant, so do the research to find out the differences in consumer preference in watching the movie.

The research was carried out using the method of the survey distributed to 230 people respondents who watch the film. Calculation analysis of data was done using the chi-square analysis and independent sample t-Test with SPSS Statistics Tools Version 18.

The results showed that there were differences in consumer preference in terms of gender towards the attributes of the genre, sequel and director during watching the movie. There are differences in the age of consumer preference towards the genre attribute, sequel and director. There are differences in consumer preference in watching movies in terms of the work to the attributes of the genre, cast and director. It also found that there is a difference of preference in terms of gender, age and employment against a variable source of information. The results showed that there were no differences in consumer preference in terms of gender against the variable technologies, but there are differences in terms of age preference and work against technological variables.

Keywords: *film attribute, genre, cast, director, symbolism, country of origin, production house, sequels, information resources, technology, consumer preferences.*