

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Subjek Penelitian

Berdasarkan unit observasi yang dijadikan unit analisis dari penelitian ini adalah individu, subjek penelitian adalah penonton yang pernah menonton di Bioskop Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung. Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y). Yang menjadi variabel *dependent* (terikat) adalah keputusan menonton di Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung dan variabel *independent* (bebas) adalah *customer experience* (X1) dan *lifestyle model* (X2). Adapun cakupan *customer experience* adalah : *accessibility, competence, customer recognition, helpfulness, personalization, problem solving, promise fulfillment, value for time*. *Lifestyle model* melalui : *activities* (aktivitas), *interests* (minat), *opinions* (opini) dan *demographic*. Untuk variabel *dependent* adalah keputusan untuk menonton yang dibentuk melalui : pilihan produk, pilihan merk, pilihan dealer, jumlah pembelian, waktu pembelian, metode pembayaran.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain dan Jenis Penelitian

Seorang peneliti harus terlebih dahulu menentukan metode apa yang seharusnya digunakan, karena dengan penggunaan metode penulis akan memperoleh gambaran permasalahan, sehingga tujuan penelitian akan tercapai dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Menurut Kerlinger (2004:483) dan Nasution (2003:23), mengatakan bahwa desain penelitian atau rancang bangun penelitian adalah rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa, tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan tujuan penelitian. Menurut Nasution (2003:25) menyebutkan beberapa desain penelitian diantaranya ialah desain survey, studi kasus, dan eksperimen.

Penelitian bidang manajemen bisnis pelaksanaannya disesuaikan dengan jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dan Verifikatif. Menurut Consuelo (Husein Umar, 2003:23) menyatakan bahwa :

Metode deskriptif adalah untuk membantu dalam hal membandingkan dan menguraikan data-data yang telah ditentukan atau diperoleh adalah dengan menggunakan metode survey yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Sedangkan, menurut Sugiyono (2008:11)“penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain survei dengan metode survei eksplanasi (*explanatory survey*). Metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data yang diambil dari sampel dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel. Sedangkan dalam jurnal menurut Sanapiah Faisal (2007:18) mengemukakan penelitian eksplanasi yaitu suatu penelitian yang dimaksudkan untuk menemukan dan mengembangkan teori, sehingga hasil dan produk penelitiannya dapat menjelaskan kenapa atau mengapa (variabel anteseden apa saja yang mempengaruhi) terjadinya suatu gejala sosial.

Objek telaahan penelitian survey eksplanasi (*explanatory survey*) adalah untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Pada jenis penelitian ini, jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel, untuk mengetahui apakah sesuatu variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya, atau apakah sesuatu variabel disebabkan atau dipengaruhi ataukah tidak oleh variabel lainnya.

Penggunaan metode survei eksplanasi disini, melalui pengamatan untuk memperoleh penjelasan antara tiga variabel yaitu variabel analisis *customer experience*, *lifestyle model* dan keputusan untuk menonton. Apakah terdapat

pengaruh diantara ketiga variabel tersebut dan sejauhmana ketiga variabel tersebut saling mempengaruhi satu sama lain.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Pokok masalah yang diteliti bersumber pada tiga hal yaitu: *customer experience*, *lifestyle model* sebagai variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab variabel lain atau variabel bebas (variabel x) dan keputusan untuk menonton (variabel y) sebagai variabel dependen atau terikat di Bioskop Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung, secara lengkap operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Empiris		
		Indikator	Ukuran	Skala
<i>Customer experience</i> (X1)	Penjelmaan sebuah brand yang mana melingkupi semua interaksi antara organisasi dan pelanggan. <i>Lemke et al (2013:14)</i>			
		<i>Accesibility</i>	• Tingkat kemudahan akses pembelian tiket film secara <i>online (online ticketing)</i> di	Interval

			bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung. <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan akses pembelian tiket melalui <i>blitzcard machine</i> di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung. 	Interval
		<i>Competence</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan karyawan terhadap pekerjaannya di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung. • Tingkat kecepatan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya di bioskop Blitzmegaplex 	Interval Interval

			bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan meminta bantuan dalam mencari tempat duduk di bioskop Blitzmegaplex Pvj Bandung. 	Interval
		<i>Personalization</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat penyapaan karyawan secara individual kepada penonton bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung 	Interval
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pelayanan karyawan 	Interval

			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam pencarian solusi atas keluhan dan komplain penonton bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung. 	Interval
		<i>Promise fulfillment</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian waktu penayangan film dibioskop Bitzmegaplex PVJ Bandung • Tingkat kesesuaian pelayanan dengan janji yang diberikan oleh bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung. 	Interval Interval

	<p>pandangan individu untuk mengaktualisasikan kepribadiannya karena pengaruh interaksi dengan lingkungannya.</p> <p><i>Solomon (2011-264)</i></p>			
		<p><i>Activities</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat waktu luang yang digunakan untuk menyalurkan hobi menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung • Tingkat waktu luang yang digunakan untuk menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung pada saat liburan. 	

		<i>interest</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik variasi film yang ditayangkan di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung • Tingkat daya tarik terhadap desain interior bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung • Tingkat daya tarik terhadap kenyamanan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung 	Interval Interval Interval
		<i>opinion</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pendapat menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung • Tingkat 	Interval Interval

			pendapat menonton di Blitzmegaplex PVJ Bandung karena keluarga, teman dan ke	
		<i>demographic</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian konsep blitzmegaplex dengan target pasar 	Interval
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian konsep bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung dengan gaya hidup anak muda muda 	Interval
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian harga tiket dengan pendapatan Tingkat kesesuaina 	Interval

			harga tiket dengan pendapatan penonton bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	
Keputusan Pembelian (Y)	Tahapan dimana konsumen membentuk preferensi antar merk dalam beberapa pilihan dan juga membentuk minat beli. <i>Kotler dan Keller (2012:192)</i>	Pilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kualitas produk yang dimiliki oleh Bioskop • Tingkat ketertarikan terhadap variasi film yang ditayangkan di Bioskop. 	Interval Interval
		Pilihan merk	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian merek bioskop Blitzmegaplex dengan 	Interval

			karakteristik dan kepribadian anda • Tingkat kepercayaan terhadap merek bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	Interval
		Pilihan dealer	• Tingkat kestrategisan lokasi bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung • Tingkat kemudahan akses bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	Interval Interval
		Jumlah Pembelian	• Jumlah pembelian tiket film pada saat menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung • Frekuensi menonton	Interval Interval

			dibioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	
		waktu pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kebutuhan menonton bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung • Menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung pada saat peluncuran/promosi. 	Interval Interval
		Metode pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keragaman metode pembayaran di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung • Tingkat kemudahan pembayaran di bioskop Blitzmegaplex 	Interval Interval

			PVJ Bandung	
--	--	--	-------------	--

3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Ridwan (2010:106), mengatakan bahwa data adalah bahan mentah yang perlu diolah, sehingga menghasilkan informasi atau keterangan baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Menurut Sugiyono (2005:129), pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau media lain. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuesioner kepada penonton pemegang kartu Blitzcard (member) Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung dan untuk data sekunder dilakukan dengan wawancara kepada pihak manajemen bioskop Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung, serta menggunakan studi-studi terdahulu mengenai bioskop Blitzmegaplex. Untuk lebih jelasnya mengenai jenis data yang dipakai dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Profil bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	Sekunder	www.blitzmegaplex.com Blitzmegaplex PVJ Bandung
2.	Jumlah penonton bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	Sekunder	Blitzmegaplex PVJ Bandung
3.	Daftar bioskop besar di Indonesia	Sekunder	www.wikipedia.org
4.	Daftar bioskop di kota Bandung	Sekunder	Diolah pribadi
5.	Daftar harga tiket	Primer	www.blitzmegaplex.com

	bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung		
6.	Tanggapan penonton tentang <i>customer experience</i>	Primer	Penonton bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung
7.	Tanggapan penonton mengenai gaya hidup (lifestyle)	Primer	Pelanggan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung
8.	Tanggapan penonton terhadap keputusan untuk menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	Primer	Pelanggan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009:61), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pendapat lebih spesifik dikemukakan dalam jurnal oleh Husein Umar (2003: 136), “Populasi dapat diartikan sebagai kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya. Populasi sasaran adalah populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Adapun populasi dari penelitian ini merupakan member Bioskop Blitzmegaplex Paris Van Java berjumlah 943.164 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut pendapat Sugiyono (2009:62) mengatakan bahwa sampel adalah bagian populasi yang mempunyai cirri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin

mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)".

Dalam menentukan jumlah sample digunakan pengambilan sample dengan menggunakan *simple random sampling* dari Harun Al Rasyid (1994:44). Penelitian ini bersifat sosial, oleh karena itu taraf kesalahan ditetapkan sebesar 5%. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z \left(1 - \frac{\alpha}{2} \right) S}{\delta} \right]$$

Keterangan :

N : Populasi

n : Banyaknya sample yang diambil dari seluruh unit

S : Simpangan baku

δ : *Bound of error* yang bisa ditolerir atau dkehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sample dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Jumlah item pertanyaan = 39
- c. Nilai tertinggi skor responden = 39 x 5 = 195
- d. Nilai terendah skor responden = 39 x 1 = 39
- e. Rentang = nilai tertinggi – nilai terendah = 195 – 39 = 156
- f. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*), diperoleh :

$$S = (0,21)(156) = 32,76$$

Diperoleh $S = (0,21)$, berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk uniform.

g. Dengan derajat kepercayaan = 95% dimana $\alpha = 5\%$

$$Z \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan sample yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 lebih dahulu, yaitu:

$$N = 943.164$$

$$\delta = 5\%$$

$$Z = 1,96$$

$$S = 32,76$$

$$n_0 = Z \left[\frac{\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) S}{\delta} \right] = \left[\frac{(1,96)(32,76)}{5} \right]$$

$$n_0 = \left[\frac{64,20}{5} \right] = (9,5)$$

$$n_0 = 164,86$$

$$n_0 = 165$$

Nilai n_0 yaitu sebesar 165 setelah itu kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari nilai n untuk mendapatkan jumlah sample yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{165}{1 + \frac{165}{943164}}$$

$$n = \frac{165}{1,0001} = 165,0001 = 165$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka sample minimal dari penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh ukuran sample (n)

minimal sebesar 165. Teknik ukuran sampel secara proporsional dengan strata populasi (*proportional to size*) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_1 = \frac{N_1}{N} \cdot n$$

Keterangan:

n_1 : ukuran sampel tiap stratum

N_1 : ukuran populasi tiap stratum

N : ukuran populasi

n : ukuran sampel

Tabel 3.3
Penyebaran Sample Proposional

Tahun	Perhitungan Sample	Proposional
2008	$\frac{514960}{3143880} \times 165$	27
2009	$\frac{566456}{3143880} \times 165$	30
2010	$\frac{623101}{3143880} \times 165$	33
2011	$\frac{685411}{3143880} \times 165$	36
2012	$\frac{753952}{3143880} \times 165$	39
Total		165

Sumber : Hasil Pengolahan data Oktober 2013

3.4.3 Teknik Sampling

Data yang telah diperoleh dari responden sebagai populasi penelitian akan diambil sampelnya berdasarkan teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2009:63) mengatakan bahwa *probability sampling* adalah teknik pengambilan

sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota populasi) untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik simple random sampling. Menunjukkan responden sebagai anggota sampel dilakukan secara acak untuk setiap peringkat, sehingga memenuhi jumlah sampel yang ditentukan.

3.5. Teknik dan alat pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Melakukan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan yang dapat memberikan keterangan data-data yang diperlukan, dalam hal ini adalah manajemen Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung. Observasi yaitu dilakukan dengan mengamati langsung objek yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu penonton yang pernah menonton di bioskop Blitzmegaplex dan pemegang Blitzcard Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung.
2. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan menyebarkan suatu daftar pernyataan yang cukup terperinci dan lengkap tentang objek yang diteliti (*customer experience*) dan *lifestyle model* terhadap keputusan menonton di bioskop Blitzmegaplex Paris Van Java Bandung.

3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 21.0 for IBM.

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui *valid* atau tidaknya kuesioner yang disebar, menurut Kusnendi (2008:94), mengatakan validitas menunjukkan kemampuan instrument penelitian mengukur dengan tepat atau benar apa yang hendak di ukur Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment* Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:274)

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.4
Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interprestasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang

Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2002:245)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (r) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}; db = n - 2$$

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *customer experience* sebagai variabel X1, instrumen *lifestyle model* sebagai variabel X2 dan instrumen keputusan menonton sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk Variabel X1 adalah 17 dan seluruh item tersebut valid, jumlah pertanyaan untuk variabel X2 adalah 10 dan satu variabel tidak valid, sedangkan untuk item pertanyaan. Variabel Y berjumlah 12 item.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Analisis *Customer Experience*

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
<i>Customer Experience</i>				
1. Accesibility				
1.	Akses pembelian tiket film secara online (<i>online ticketing</i>) mudah dilakukan	0,652	0,374	Valid
2	Akses pembelian tiket film melalui <i>blitzcard machine</i> mudah dilakukan	0,857	0,374	Valid
2. Competence				
3	Karyawan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung memiliki pengetahuan terhadap film yang ditayangkan.	0,638	0,374	Valid

Dwi Dina Rahma Vitry, 2014
Analisis customer experience dan lifestyle model terhadap keputusan menonton film (survei terhadap member bioskop blitzmegaplex paris van java Bandung)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket.
Customer Experience				
4	Karyawan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung melayani penonton dengan cepat	0,749	0,374	Valid
3. Customer Recognition				
5	Karyawan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung memberikan sambutan kepada penonton pada saat masuk bioskop	0,726	0,374	Valid
6	Karyawan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung memberikan pelayanan yang ramah	0,766	0,374	Valid
4. Helpfulness				
7	Karyawan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung membantu memberikan informasi film yang ditayangkan	0,780	0,374	Valid
8.	Karyawan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung membantu dalam mencari tempat duduk penonton didalam ruangan auditorium	0,768	0,374	Valid
5. Personalization				
9.	Karyawan Blitzmegaplex PVJ Bandung menyapa anda secara individual	0,821	0,374	Valid
10.	Karyawan Biltzmegaplex PVJ Bandung melayani anda secara individual ketika memesan makanan dan minuman	0,728	0,374	Valid
6. Problem Solving				
11.	Karyawan Blitzmegaplex PVJ Bandung siap menangani keluhan anda	0,793	0,374	Valid
12.	Karyawan Blitzmegaplex PVJ Bandung menangani keluhan anda dengan cepat	0,640	0,374	Valid
13.	Karyawan Blitzmegaplex PVJ Bandung memberikan solusi atas keluhan anda	0,780	0,374	Valid
7. Promise Fulifllment				
14.	Pemutaran film di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung tepat waktu	0,768	0,374	Valid
15.	Pelayanan yang diberikan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung sesuai dengan yang dijanjikan	0,821	0,374	Valid
8. Value for Time				
16.	Pelayanan tiket film secara online dan offline di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung cepat	0,728	0,374	Valid
17.	Pelayanan pada saat pembelian makanan dan minuman di Blitzmegaplex PVJ Bandung cepat	0,793	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oktober 2013

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel *customer experience* dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *accessibility* dengan item pernyataan, Akses pembelian tiket film melalui *blitzcard machine* mudah dilakukan, yang bernilai 0.857, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi karyawan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung memiliki pengetahuan terhadap film yang ditayangkan yang bernilai 0.638 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel model gaya hidup (*lifestyle*) berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for IBM*. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.7 yang disajikan sebagai berikut.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas *Lifestyle model*

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
<i>Lifestyle Model</i>				
1. Activities				
1.	Waktu yang anda gunakan untuk menyalurkan hobi menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	0,703	0,374	Valid
2.	Waktu yang anda gunakan untuk menonton pada saat liburan di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	0,800	0,374	Valid
2. Interests				
3.	Ketertarikan terhadap variasi film yang ditayangkan di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	0,665	0,374	Valid
4.	Ketertarikan terhadap desain <i>interior</i> bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung Ketertarikan terhadap kenyamanan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	0,707	0,374	Valid
5.	Ketertarikan terhadap kenyamanan bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	0,646	0,374	Valid
3. opinions				

No.	Pernyataan		r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
<i>Lifestyle Model</i>					
6.	Anda menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung karena keinginan sendiri		0,387	0,374	Valid
7.	Anda menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung karena ajakan keluarga, teman dan kerabat		0,294	0,374	Tidak Valid
4. Demographic					
8.	Konsep <i>beyonds movie</i> dan <i>experience</i> bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung sesuai dengan target pasar		0,459	0,374	Valid
9.	Konsep <i>beyonds movie</i> dan <i>experience</i> bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung sesuai dengan gaya hidup anak muda		0,857	0,374	Valid
10.	Harga tiket film di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung sesuai dengan pendapatan anda		0,618	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oktober 2013

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel model gaya hidup (*lifestyle*) dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *activities* dengan item pernyataan, Waktu yang anda gunakan untuk menonton pada saat liburan di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung, yang bernilai 0.800, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *opinions* dengan item pernyataan, Konsep *beyonds movie* dan *experience* bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung sesuai dengan target pasar yang bernilai 0.459 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel keputusan menonton berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 for IBM. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.7 yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.7

Dwi Dina Rahma Vitry, 2014
Analisis customer experience dan lifestyle model terhadap keputusan menonton film (survei terhadap member bioskop blitzmegaplex paris van java Bandung)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hasil Pengujian Validitas Keputusan Menonton

No.	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket.
Keputusan Menonton Di Bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung				
1. Pilihan Produk				
1.	Kualitas video, audio dan fasilitas yang ada di bioskop	0,493	0,374	Valid
2	Film yang ditayangkan di bioskop sangat bervariasi	0,505	0,374	Valid
2. Pilihan Merk				
3	Konsep bioskop Blitzmegaplex sesuai dengan karakteristik dan kepribadian anda	0,628	0,374	Valid
4	Bioskop Blitzmegaplex memiliki citra sangat bagus	0,432	0,374	Valid
3. Pilihan Dealer				
5	Bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung memiliki lokasi yang sangat strategi	0,455	0,374	Valid
6	Akses untuk menuju bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung sangat mudah	0,516	0,374	Valid
4. Jumlah Pembelian				
7	Anda membeli lebih dari satu tiket setiap menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung	0,646	0,374	Valid
8.	Anda sering menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung setiap bulannya	0,665	0,374	Valid
5. Waktu Pembelian				
9.	Anda menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ kapanpun pada saat anda membutuhkan hiburan menonton	0,788	0,374	Valid
10.	Anda menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung pada saat promosi	0,447	0,374	Valid
6. Metode Pembayaran				
11.	Bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung memiliki metode pembayaran yang beragam	0,428	0,374	Valid
12.	Bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran	0,773	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oktober 2013

Berdasarkan Tabel 3.7 pada instrumen variabel keputusan menonton dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi waktu pembelian dengan item pernyataan, Anda menonton di bioskop Blitzmegaplex PVJ kapanpun pada

saat anda membutuhkan hiburan menonton, yang bernilai 0.788, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi metode pembayaran dengan item pernyataan, Bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung memiliki metode pembayaran yang beragam yang bernilai 0.428, sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2003:203), mengatakan bahwa Reliabilitas (reliability) adalah suatu pengukuran untuk menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukuran.

Pengujian reliabilitas instrument dengan rentang skor antara satu sampai dengan lima menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

(Husein Umar, 2004:146)

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya butiran pertanyaan
 σ_b^2 = Varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian dijumlahkan.

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Husein Umar, 2004:146})$$

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Suharsimi Arikunto (2004:156) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir- butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

- a. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel.
- b. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Berdasarkan Tabel 3.8 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama.

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Analisis Customer Experience</i>	0,953	0,374	Reliabel
2	<i>Lifestyle Model</i>	0,932	0,374	Reliabel
3	Keputusan Menonton	0,926	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013 (Menggunakan SPSS 21,00 For IBM)

Pada Table 3.9 berikut ini dapat dilihat ringkasan hasil uji validitas dan uji realibilitas.

Tabel 3.9
Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Kuesioner Penelitian	Variabel Penelitian	Item yang Tidak Valid*	Koefisien Alpha Cronbach**
<i>Customer Experience</i> (X1-X17)	<i>Customer Experience</i>		0,953
Skala <i>lifestyle Model</i> (X1-X10)	<i>lifestyleModel</i>	X ₂ 7	0,932
Skala Keputusan Menonton (Y1-Y12)	Keputusan Menonton		0,926

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oktober 2013

Setelah data yang terkumpul dinyatakan *valid* dan *reliable*, maka dilakukan analisis statistik yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu apakah hipotesis yang peneliti ajukan itu diterima atau ditolak.

Setelah hipotesis (H_0) ditentukan, maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang ada. Teknik statistik yang digunakan dalam pengujian hipotesis ini adalah statistik parametrik karena ditujukan untuk menguji data yang diukur dengan skala interval. Teknik statistik tersebut ialah analisis regresi linier berganda.

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk penelitian adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh deskriptif dengan menganalisis *customer experience* dan *Lifestyle Model* terhadap keputusan menonton Film di Bioskop Blitzmegaplex PVJ Bandung. Data kuantitatif yang merupakan sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari skor kuesioner. Kuesioner dibuat dalam bentuk daftar isian yang pernyataan yang isinya berdasarkan indikator yang melekat pada masing – masing variabel yang akan diteliti, yaitu variabel tidak bebas (endogen) adalah keputusan menonton dan variabel bebas (eksogen) adalah *customer experience* (X1), serta *lifestyle model* (X2). Langkah – langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah – langkah sebagai berikut :

- a. Memberi skor pada tiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item

c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Pengujian

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda.

3.6.2 Analisis Regresi Linier berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda adalah hubungan antara variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel (Y). Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu *customer experience* (X_1), model gaya hidup (X_2) dan variabel dependen yaitu keputusan menonton (Y). Persamaan umum dari regresi linear berganda adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y = variabel dependen yaitu keputusan menonton

a = konstanta

b = koefisien regresi X terhadap Y

X = variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

X_1 = *customer experience*

X_2 = model gaya hidup

Koefisien regresi (b) akan bernilai positif apabila nilai X berbanding lurus terhadap nilai Y , sebaliknya b akan bernilai negatif apabila nilai X berbanding terbalik terhadap nilai Y . Nilai a dan b dapat dicari dengan persamaan berikut :

Data tunggal :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Data Berganda :

$$\begin{aligned}\sum Y &= a + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 \\ \sum X_1 Y &= a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 \\ \sum X_2 Y &= a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2\end{aligned}\quad (\text{Sugiyono 2009 : 278})$$

3.6.2 Uji Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* yaitu *customer experience* (variabel X1) dan gaya hidup (variable X2), sedangkan *variabel dependen* adalah keputusan menonton (variabel Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linier berganda untuk seluruh variabel tersebut. Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara *customer experience* terhadap keputusan menonton dan gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan menonton. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi.

Hipotesis yang diajukan yaitu analisis *customer experience* (X1) dan model gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap keputusan menonton (Y).

Untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial digunakan uji t dengan rumus dibawah ini. Signifikansi koefisien korelasi antara variabel X₁, variabel X₂ dan Y diuji dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{Tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student (t_{student}). Rumus dari *distribusi student* adalah

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Riduwan, 2007:137})$$

Keterangan:

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment* dengan taraf signifikansi 5%

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Untuk pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan alat bantu statistik yaitu program SPSS 21. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh antara analisis *customer experience* terhadap keputusan menonton film.

$H_a : \rho > 0$, Artinya terdapat pengaruh positif antara analisis *customer experience* terhadap keputusan menonton film.

$H_0 : \rho \leq 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh antara *lifestyle model* terhadap keputusan menonton film.

$H_a : \rho > 0$, Artinya terdapat pengaruh positif antara dan *lifestyle model* terhadap keputusan menonton film.