

## ABSTRAK

**Mochammad Iqbal (1104793) “Pengaruh *Country Image* Terhadap *Purchase Intention* Film Lokal di Bioskop” dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak MBA dan Heny Hendrayati S.IP.,MM**

Indonesia merupakan salah satu dari 20 negara dengan pendapatan *box office* teratas, pencapaian tersebut tidak terlepas dari jumlah bioskop yang bertambah setiap tahunnya, Namun dengan bertambahnya jumlah bioskop di Indonesia sayangnya ketertarikan menonton film di Indonesia masih didominasi oleh film asing. hal tersebut menunjukkan bahwa rumah produksi Indonesia masih belum dapat bersaing dengan rumah produksi asing untuk menarik *purchase intention* masyarakat Indonesia. Agar dapat bersaing, rumah produksi lokal harus melakukan strategi. Strategi yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan *purchase intention* adalah dengan memanfaatkan persepsi konsumen terhadap negara asal atau *country image*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat *country image* dan *purchase intention* serta pengaruh antara *country image* dan *purchase intention*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 penggemar film di forum kaskus dengan metode *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Pengujian ini dilakukan menggunakan metode regresi linear sederhana, dimana variabel dependen adalah *purchase intention* dan *country image* sebagai variabel independen serta kuesioner sebagai instrumen penelitiannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *country image* film lokal di mata responden berada pada kategori sedang, dan *purchase intention* responden terhadap film lokal di bioskop juga berada pada kategori sedang. Hasil perhitungan korelasi menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara *country image* film lokal dan *purchase intention* para responden terhadap film lokal di bioskop. Besarnya pengaruh *country image* terhadap *purchase intention* adalah sebesar 24.3% dan sisanya sebesar 75.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Citra Negara, Minat Beli, Film Lokal,**

## ABSTRACT

**Mochammad Iqbal (1104793) "The Influence of Country Image Towards Purchase Intention Local Movies in Cinema" under guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak MBA and Heny Hendrayati S.IP., MM**

*Indonesia is one of the 20 countries with top box office revenues, the achievement is inseparable from the number of cinemas that increase every year, but with the increasing number of cinema in Indonesia unfortunately the interest of watching movies in Indonesia is still dominated by foreign films. It shows that Indonesian production house still can not compete with foreign production house to attract purchase intention of Indonesian society. In order to compete, local production houses must strategize. Strategies that can be used to overcome the problem of purchase intention is to exploit consumer perceptions of country of origin or country image.*

*The purpose of this research is to know the level of country image and purchase intention and influence between country image and purchase intention. This research uses descriptive and verificative method. The sample in this research is 100 movie fans in kaskus forum with non-probability sampling and purposive sampling method. This test is done using simple linear regression method, where the dependent variable is purchase intention and country image as independent variable and questionnaire as instrument of research.*

*The results showed that the local film image in the eyes of respondents is in the middle category, and purchase intention of respondents to local films in the cinema is also in the middle category. Correlation calculation results show a moderate relationship between local movie country image and purchase intention of the respondents to local film in cinema. The percentage of the country image effect on purchase intention is 24.3% and the rest of 75.7% is influenced by other factors that is not included in this research.*

**Keywords: Country Image, Purchase Intention, Local Movies,**