

ABSTRAK

Pada era saat ini, dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari banyak orang selalu sibuk dengan pekerjaan dan rutinitas sehari-hari. Hal ini menyebabkan banyak orang pasti membutuhkan suatu hiburan untuk melepaskan ketegangan akibat rutinitas yang mereka lakukan. Untuk menghindari hal tersebut, ketika sudah merasa jenuh, dapat diantisipasi dengan melakukan hiburan menonton film. Menonton film pun dapat dilakukan di luar yaitu di Bioskop. Bioskop di Indonesia ini berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Bila berbicara tentang Bioskop di Indonesia, maka ingatan kita selalu akan tertuju kepada *Cinema 21* atau XXI yang merupakan sebuah jaringan bioskop terbesar yang ada di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penonton bioskop untuk menonton di bioskop XXI di kota Bandung..

Faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan yang dimaksudkan menggabungkan beberapa atribut dari penelitian terdahulu yang dikombinasikan menjadi 6 elemen yang menjadi variabel dalam penelitian ini, yang terdiri dari Kualitas Film, Kualitas Layanan, Tempat, Persepsi Harga, Efek Komunitas, dan Promosi.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *explorative* dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 200 penonton bioskop di kota Bandung yang pernah menonton di bioskop XXI sebagai responden, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Incidental sampling*. Kuesioner penelitian ini memiliki 24 pertanyaan. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan metode analisis faktor dengan bantuan SPSS 20.

Penelitian ini menghasilkan tiga faktor yang menjadi faktor pendorong tingkat kunjungan penonton bioskop XXI di kota Bandung yang diperoleh melalui proses analisis faktor. Ketiga faktor tersebut adalah faktor Kualitas Layanan (*Service Quality*) sebesar 24,187%, faktor Promosi dan Tempat (*Promotion and Places*) sebesar 20,641% dan faktor Harga (*Price*) sebesar 17,056%. Total keseluruhan adalah 61,884% sehingga terdapat faktor lain sebesar 38,116% yang juga dimiliki oleh penonton yang pernah menonton di bioskop XXI di kota Bandung.

Kata kunci : Pemasaran , Analisis Faktor, Tingkat Kunjungan, Bioskop, XXI.