

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, SIKAP MEREK,
LOKASI dan *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT MENONTON di CINEMA XXI
KOTA PADANG.**

(Studi Kasus Pada Penonton Bioskop Cinema XXI di Kota Padang)

Disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pasca sarjana (S2)

TESIS



Disusun oleh: Ulyya Rahmi Aswin. 1420522033.

Dosen Pembimbing : Dr. Syafrizal, SE, ME

FAKULTAS EKONOMI

MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2017.

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, SIKAP MEREK,
LOKASI dan *WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT MENONTON di CINEMA XXI
KOTA PADANG.**

(Studi Kasus Pada Penonton Bioskop Cinema XXI di Kota Padang)

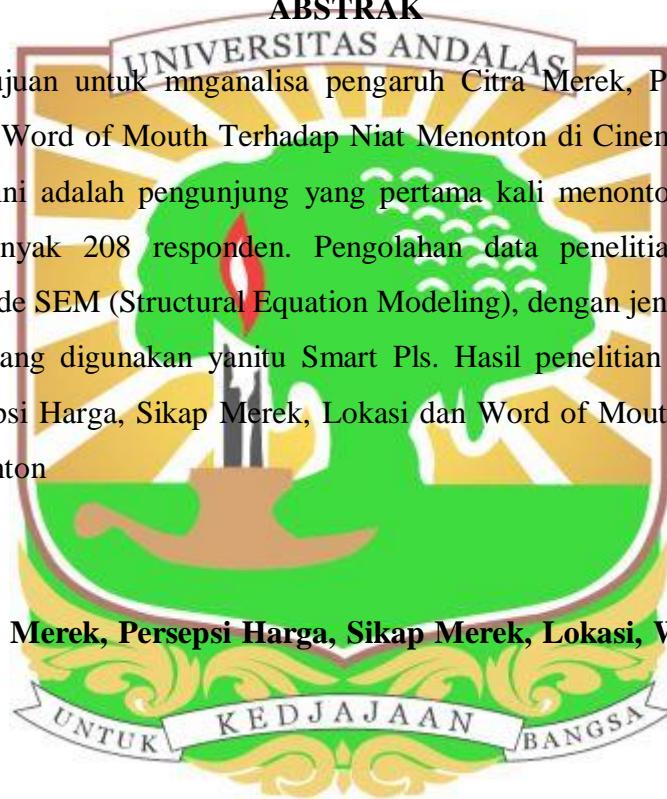
Tesis oleh Ullya Rahmi Aswin

Pembimbing. Dr. Syafrizal, SE, ME

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Sikap Merek, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Niat Menonton di Cinema XXI Kota Padang. Sampel penelitian ini adalah pengunjung yang pertama kali menonton di Cinema XXI di Kota Padang sebanyak 208 responden. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan metode SEM (Structural Equation Modeling), dengan jenis Structural Equation Modeling (SEM) yang digunakan yaitu Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek, Persepsi Harga, Sikap Merek, Lokasi dan Word of Mouth berpengaruh positif terhadap niat menonton

Kata kunci : Citra Merek, Persepsi Harga, Sikap Merek, Lokasi, Word of Mouth, Niat Menonton



THE INFLUENCE ANALYSIS OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, BRAND ATTITUDE, LOCATION AND WORD OF MOUTH TOWARD PURCHASE INTENTION

(Case Study On Cinema XXI Cinema in Padang City)

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Price Perception, Brand Attitudes, Location and Word of Mouth to Purchase Intention at Cinema XXI Padang City. The sample of this research is the first time viewers in Cinema XXI in Padang City as many as 208 respondents. The research data processing is done by using SEM (Structural Equation Modeling) method, with the type of Structural Equation Modeling (SEM) used by Smart Pls. The results showed that Brand Image, Price Perception, Brand Attitudes, Location and Word of Mouth positively influence the Purchase Intention

Key words : Brand Image, Price Perception, Brand Attitude, Location, Word Of Mouth, Purchase Intention

