

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menonton di Bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton di Bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta, **H₁ Terbukti.**
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton di Bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta, **H₂ Terbukti.**
3. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton di Bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta, **H₃ Terbukti.**
4. Berdasarkan uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,545 (54,5%) hasil ini menunjukkan bahwa lokasi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 54,5% terhadap variabel keputusan menonton, sementara sisanya sebesar 45,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi manajemen Bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta karena lokasi berpengaruh positif dan signifikan, maka sebaiknya manajemen mempertahankan atau meningkatkan penentuan lokasi yang lebih baik lagi dan menambah akses tempat parkir, sehingga konsumen merasa aman dan nyaman.
2. Bagi manajemen Bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta karena harga berpengaruh positif dan signifikan, maka sebaiknya tetap mempertahankan harga yang sudah ditetapkan atau meningkatkan promosi penjualan seperti diskon, voucher, cashback dan lain-lain sehingga dapat meningkatkan keputusan menonton.
3. Bagi manajemen Bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta karena kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, maka sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dengan melakukan pelatihan untuk karyawan, sehingga karyawan lebih baik lagi dalam melayani konsumen agar konsumen lebih nyaman dan puas sehingga dapat meningkatkan keputusan menonton.
4. Bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain lokasi, harga, dan kualitas pelayanan, karena dari penelitian ini diketahui 45,5% masih ada faktor-

faktor lain yang mempengaruhi keputusan menonton. Adapun faktor-faktor lain tersebut seperti promo, iklan, karakter film, *word of mouth*, citra merek dan gaya hidup.