

Abstrak

Film di Internet atau biasa disebut *movie streaming* adalah gaya hidup yang sudah sangat membekas di era sekarang. Karena saat ini menonton film sudah bukan barang mahal lagi, dulu masyarakat umum khususnya di Indonesia harus membayar cukup mahal dengan pergi ke bioskop untuk menonton sebuah film, lalu lambat laun perusahaan kaset memproduksi kaset video untuk penikmat film yang ingin menonton film dengan *media player* di rumahnya dan sekarang kita berada di era dimana menonton film bisa dilakukan dimana saja dengan menggunakan jenis layanan yang beragam, salah satunya dengan cara berlangganan penyedia layanan *movie streaming*

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh rating IMDb terhadap keputusan menonton dalam menonton film *game of thrones*. Diharapkan penelitian ini dapat menguraikan teori teori perilaku konsumen dalam menentukan pilihan untuk menonton sebuah film

Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dimana peneliti akan mendeskripsikan mengenai pengaruh rating user di IMDb terhadap keputusan menonton film *game of thrones*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh rating film IMDb terhadap keputusan menonton film *game of thrones* adalah sebesar 49,5 %. 50,5% lainnya adalah pengaruh yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Nilai regresi linear sederhana menyatakan bahwa pengaruh konstanta $a = 5,229$ signifikansi menunjukkan bahwa faktor pe pelatihan (X) sama dengan nol maka kinerja pegawai akan bernilai 5,229, Koefisien regresi pelatihan sebesar 0,643, sehingga apabila nilai pelatihan meningkat sebesar satu satuan maka kinerja pegawai akan meningkat sebesar 0,643 satuan

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah bisa meneliti 50,5% pengaruh lain yang mempengaruhi *audiens* dalam menentukan pilihannya untuk menonton sebuah film.