

## ABSTRAK

Industri hiburan yang memberikan fasilitas untuk menikmati sebuah film dalam durasi tertentu dan dilengkapi berbagai pilihan menu makanan dan minuman menjadi satu industri yang sangat berkembang saat ini. Namun karena begitu banyak pilihan brand, mengakibatkan pilihan konsumen menjadi semakin banyak dan persaingan cukup tinggi, ditambah lagi terdapat kesenjangan popularitas antara masing-masing brand yang ada. Jadi guna meningkatkan pendapatan bioskop sehingga maksimum maka perlu dilakukan penelitian ini sebagai dasar pembuatan strategi pemasaran untuk entitas bisnis bioskop.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut paling penting, level paling bermanfaat, stimuli paling disukai dan preferensi yang menjadi dasar pilihan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau tidak.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner *online* yang akan disebarluaskan melalui media sosial dan jumlah responden yang dihasilkan melalui perhitungan *Cochran* sebanyak 400 orang responden. Setelah data responden terkumpul akan dilakukan analisis dengan menggunakan teknik analisis konjoin.

Hasilnya menunjukkan bahwa atribut paling penting adalah F&B dengan level paling bermanfaat adalah level dari atribut staf yaitu ramah dan kombinasi atribut dan level yang terdapat pada kartu ke 9 memiliki nilai CVI tertinggi, terdiri dari brand merupakan XXI, fasilitas tersedia yaitu Dolby Atmos, staf bioskop yang berpengalaman, ruangan yang memiliki estetika dan F&B-nya berkualitas. Maka dapat disimpulkan bahwa kartu ke 9 menjadi kombinasi atribut yang paling mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih bioskop di Indonesia.

Sehingga disarankan dengan tingginya persaingan antara masing-masing penyedia jasa menonton dan produk F&B dalam bioskop dan perubahan lingkungan yang harus selalu diadaptasikan setiap perubahannya yang terjadi, maka bioskop di Indonesia harus melakukan pemasaran dengan menerapkan strategi berdasarkan dan sesuai dengan kombinasi atribut yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen bioskop di Indonesia yaitu brand merupakan XXI, fasilitas tersedia yaitu Dolby Atmos, staf bioskop yang berpengalaman, ruangan yang memiliki estetika dan F&B-nya berkualitas.

**Kata Kunci:** Bioskop Indonesia, Preferensi, Atribut, Level, Stimuli