

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan perilaku konsumen Bioskop XXI di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah riset deskriptif dengan menggunakan 8 elemen perilaku konsumen yang meliputi : *What they watch, Who is the watch, Why they watch, Where they watch, Who influence their watching, When they watch, How often they watch, How they evaluated it after purchase*. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 150 responden dengan menggunakan metode pengolahan data tabel frekuensi, diagram batang, dan tabulasi silang.

Penelitian ini mendapatkan temuan bahwa berdasarkan jenis kelamin jumlah responden laki-laki mendekati berimbang dengan responden perempuan. Berdasarkan distribusi frekuensi usia dengan jumlah terbanyak adalah usia 23-28 tahun dengan pekerjaan karyawan. Jenis film yang sering ditonton adalah *action* dan Bioskop XXI yang sering dikunjungi adalah Tunjungan XXI dengan alasan menonton di Bioskop XXI karena tempat menarik dan memiliki tempat duduk yang luas dan nyaman. Responden menonton film di Bioskop XXI pada saat ada film baru dan pihak yang mempengaruhi adalah keluarga. Dalam waktu 1 tahun terakhir responden menonton film di Bioskop XXI dengan rentang antara 10-20 kali. Berdasarkan evaluasi kepuasan setelah menonton film di Bioskop XXI jumlah terbanyak adalah puas dengan alasan sesuai dengan uang yang dikorbankan.

Kata kunci: *Consumer Behavior, What they watch, Why they watch.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe the consumer behaviour of Cinema XXI in Surabaya. This type of research used is descriptive research using 8 elements of consumer behaviour which include : What they watch, Who is the watch, Why they watch, Where they watch, Who influence their watching, When they watch, How often they watch, How they evaluated it after purchase. The number of samples of this study a total of 150 respondents with processing method used are frequency tables, bar charts, and cross tabulation.

The research was based on a finding that the gender of respondent male close to balance with respondent female. Based on the frequency distribution of age with the greatest number of age 23-38 years and the job is employer. The kind of film that always watched is action and Cineme XXI has visited is Tunjungan XXI with the reason pleace is interest and have available and cozy sofa. Respondent watch film in Cinema XXI if a new film and influencer is family. Last of 1 years, respondent visited Cinema XXI greatest number of 10-20. Based satisfy evaluated after watch film in Cinema XXI many respondent are satisfy with reason fix with the cost.

Keywords: Consumer Behavior, What they watch, Why they watch.