



**KETERLIBATAN PELANGGAN DALAM PEMBUATAN KEPUTUSAN
MENONTON FILM INDONESIA DI BIOSKOP**

Customer Engagement in Making the Decision to Watch Indonesian Films in Cinema

DISERTASI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

OLEH

MUHAMMAD FADHEEL DJAMALY

67120020005

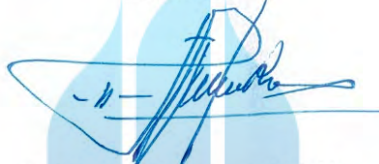
**PROGRAM STUDI DOKTOR MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

PENGESAHAN DISERTASI

Judul : Keterlibatan Pelanggan Dalam Pembuatan Keputusan Menonton
Film Indonesia Di Bioskop
Nama : Muhammad Fadheel Djamaly
NIM : 67120020005
Tanggal : 1 Oktober 2025

Mengesahkan,

Promotor



(Prof. Dr. Djumarno, MBA)

Ko Promotor I



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

Ko Promotor II



(Dr. Daru Asih, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr Nurul Hidayah, M.Si, Ak)

Ketua Program Studi Doktor management



(Prof. Dr. Indra Siswanti, MM.CRP, CSRS)

ABSTRAK

Dalam industri film, kinerja film bukan hanya dipengaruhi kondisi objektif film, tetapi juga oleh persepsi penonton terhadap film sendiri. Interaksi pelanggan film dengan komunitas film di media online diasumsikan mempengaruhi keputusan menonton film di bioskop. Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh pemeran utama, genre film, penilaian film dan ulasan online yang dimediasi oleh keterlibatan pelanggan terhadap keputusan menonton film Indonesia di bioskop. Penelitian ini dilakukan menggunakan paradigma positivisme, pendekatan deduktif, dan metode kuantitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 315 penonton film Indonesia di bioskop kota-kota besar wilayah Pulau Jawa seperti DKI Jakarta, Jawa Barat, Banten, Jawa Tengah dan DI Yogyakarta, serta Jawa Timur. Dengan Model Persamaan Struktural, data survei dianalisis dengan *software* Smart PLS. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemeran utama, genre film, penilaian film, dan ulasan online berperan penting dalam membentuk keterlibatan pelanggan film, yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menonton film Indonesia di bioskop. Keterlibatan pelanggan memperkuat pengaruh faktor-faktor ini terhadap keputusan menonton, khususnya genre film dan penilaian film. Hal ini mencerminkan bahwa hubungan emosional dan partisipasi aktif pelanggan dalam proses, mengikuti artis, mencari informasi film, dan merekomendasikan film, berperan besar dalam proses keputusan menonton film di bioskop. Temuan ini memperkaya teori pemasaran hubungan, teori perilaku konsumen, dan teori manajemen hubungan pelanggan, dan menegaskan bahwa keterlibatan pelanggan menjadi elemen penting dalam proses pembuatan keputusan menonton film Indonesia di bioskop.

Kata Kunci: Keputusan menonton film, keterlibatan pelanggan, pemeran utama, genre film, penilaian film, ulasan online

MERCU BUANA

ABSTRACT

In the film industry, a film's performance is influenced not only by its qualities but also the audience's perception of the film itself. The interaction of film customers with film communities on online media is assumed to affect their decision to watch films in cinemas (DWFC). This study aims to examine the effect of the main actor, film genre, film rating, and online reviews mediated by customer engagement on DWSC. The research adopted a positivist paradigm, a deductive approach, and a quantitative method. Data were collected through questionnaires distributed to 315 Indonesian film viewers in cinemas across major cities on the Java Island, including the Capital of Jakarta, West Java, Banten, Central Java, the Special Region of Yogyakarta, and East Java. Using Structural Equation Modelling, the data were analysed with Smart PLS software. This study shows that leading actors, film genre, film ratings, and online reviews play a crucial role in shaping customer engagement with movies, which in turn influences their decisions to watch Indonesian films in cinemas. Customer engagement strengthens the impact of these factors, particularly film genre and film ratings, on watching decisions. This highlights that customers' emotional connections and active participation—such as following actors, seeking film information, and recommending films—significantly shaped decision-making process to watch films in cinemas. These findings contribute the understanding of relationship marketing theory, consumer behavior theory, and customer relationship management theory, underscoring that customer engagement is a key element in the decision-making process of watching Indonesian films in cinemas.

Keywords: film-watching decision, customer engagement, leading actor, film genre, film rating, online reviews

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN KEASLIAN/ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa semua pernyataan dalam disertasi ini

Judul : Keterlibatan Pelanggan Dalam Pembuatan Keputusan Menonton Film, Indonesia Di Bioskop
Nama : Muhammad Fadheel Djamaly
NIM : 67120020005
Tanggal : 1 Oktober 2025

Merupakan hasil studi pustaka dan penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan komisi Komisi Dosen Pembimbing Disertasi yang ditetapkan dengan keputusan Ketua Program Studi Doktor Manajemen universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat dipertanggung jawabkan serta diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 10 September 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Fadheel Djamaly

**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*)
KARYA ILMIAH**
/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : MUHAMMAD FADHEEL DJAMALY
NIM */Student id Number* : 67120020005
Program Studi */Study program* : S3 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“KETERLIBATAN PELANGGAN DALAM PEMBUATAN KEPUTUSAN MENONTON
FILM INDONESIA DI BIOSKOP ”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:
/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

2 September 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

12 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2025

**Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana**

/Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Subhana Wa Ta'ala, saya berhasil menyelesaikan Disertasi ini dengan judul “Keterlibatan Pelanggan Dalam Pembuatan Keputusan Menonton Film Indonesia Di Bioskop. Disertasi ini merupakan hasil dari proses panjang penelitian dan penulisan yang tidaklah mudah. Namun, berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik berupa doa maupun bimbingan, akhirnya disertasi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pertama-tama, saya ingin berterima kasih kepada Allah Subhana Wa Ta'ala yang telah memberikan saya kekuatan, kesabaran, dan kemampuan untuk menyelesaikan disertasi ini. Saya juga ingin berterima kasih kepada keluarga saya, Istri terkasih Meethasen Muhsin Nisar serta kedua putri kesayangan kami Ariana Mahira Fadhillah dan Arabella Khair fadhilla yang telah memberikan dukungan dan doa yang tak henti-hentinya. Serta saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercubuana Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana
3. Prof. Dr. Indra Siswanti, MM., CRP, Ketua Program Studi Doktor Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana
4. Prof. Dr. Djumarno, MBA sebagai Promotor yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dan profesionalisme dalam penulisan disertasi ini.
5. Dr. Rina Astini, M.M. sebagai Ko-Promotor yang telah memberikan kontribusi signifikan melalui bimbingan, arahan, motivasi, dan saran-saran yang konstruktif dalam penyelesaian disertasi ini.
6. Dr. Daru Asih, sebagai Ko-Promotor yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang efektif, serta motivasi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas disertasi ini.
7. Prof. Rizki Briandana, S.Sos, M.Comm., Ph.D penguji luar komisi yang memberikan banyak masukan, input saran sehingga penulisan menjadi lebih bermakna kearah yang lebih baik.
8. Seluruh pihak yang terkait yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam penyelesaian disertasi ini, saya menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Saya berharap bahwa disertasi ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada bidang penelitian dan dapat bermanfaat bagi masyarakat luas, serta menjadi inspirasi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada topik yang sama. Saya berdoa semoga Allah Subhana Wa Ta'ala memberikan keberkahan dan manfaat bagi semua pihak yang terkait dengan disertasi ini.

Muhammad Fadheel Djamaly

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN DISERTASI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN/ORIGINALITAS	v
PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (SIMILARITY)	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latarbelakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	25
1.3 Pertanyaan Penelitian	29
1.4 Tujuan Penelitian.....	30
1.5 Manfaat Penelitian.....	32
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL	35
2.1 Tinjauan Pustaka	35
2.2 Landasan Teori	57
2.2.1 Teori Utama, Teori Menengah, dan Teori Terapan.....	57
1. Teori Utama: Teori Pemasaran Hubungan	57
2. Teori Menengah: Teori Perilaku Konsumen	60
3. Teori Terapan: Keterlibatan Pelanggan dan Keputusan Menonton Film	62
a. Keterlibatan Pelanggan.....	63
b. Keputusan Menonton Film.....	71
2.2.2 Determinan Keterlibatan Pelanggan dan Keputusan Menonton Film	76
1. Pemeran Utama.....	76
2. Genre Film	80
3. Penilaian Film	87
4. Ulasan Online	93
2.3 Kerangka Konseptual	98
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	102
2.4.1 Pemeran Utama dan Keterlibatan Pelanggan	102
2.4.2 Pemeran Utama dan Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	104
2.4.3 Genre Film dan Keterlibatan Pelanggan.....	105
2.4.4 Genre Film dan Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	106
2.4.5 Penilaian Film dan Keterlibatan Pelanggan	108
2.4.6 Penilaian Film dan Keputusan Menonton Film Indonesia	

di Bioskop	110
2.4.7 Ulasan Online dan Keterlibatan Pelanggan	112
2.4.8 Ulasan Online dan Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	114
2.4.9 Keterlibatan Pelanggan dan Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	116
2.4.10 Mediasi Keterlibatan Pelanggan dalam Pengaruh Pemeran Utama terhadap Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	118
2.4.11 Mediasi Keterlibatan Pelanggan dalam Pengaruh Genre Film terhadap Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	120
2.4.12 Mediasi Keterlibatan Pelanggan dalam Pengaruh Penilaian Film terhadap Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	122
2.4.13 Mediasi Keterlibatan Pelanggan dalam Pengaruh Ulasan Online terhadap Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	124
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	127
3.1 Paradigma Penelitian	127
3.2 Pendekatan Penelitian	129
3.3 Metode Penelitian	133
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	134
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian	135
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	142
3.7 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	145
3.8 Teknik Analisis Data	146
3.8.1 Evaluasi Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	147
3.8.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	153
1. Uji Model Struktural (R^2)	153
2. Uji Ukuran Pengaruh (f^2)	154
3. Uji Relevansi Prediktif	154
4. Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>)	155
5. Uji Pengaruh Mediasi	156
6. Pengujian Hipotesis	157
7. Persamaan Struktural	161
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	162
4.1 Hasil Penelitian	162
4.1.1 Karakteristik Responden	162
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	163
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	165
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	167
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	170
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	173

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	176
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menonton Film	179
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Genre Film	183
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Kebersamaan Menonton Film	187
4.1.2 Persepsi Responden tentang Model Struktural.....	192
1. Persepsi tentang Pemeran Utama.....	192
2. Persepsi tentang Genre Film	195
3. Persepsi tentang Penilaian Film	199
4. Persepsi tentang Ulasan Online	203
5. Persepsi tentang Keterlibatan Pelanggan.....	208
6. Persepsi tentang Keputusan Menonton Film Indonesia Di Bioskop	212
4.1.3 Evaluasi Model Pengukuran Konstruk (<i>Outer Model</i>).....	216
4.1.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	223
4.1.5 Uji Hipotesis.....	232
1. Pengaruh Langsung	233
2. Pengaruh Tidak Langsung, Pengaruh Total, dan Peran Mediasi	240
4.2 Pembahasan	251
4.2.1 Pemeran Utama	254
1. Pengaruh Pemeran Utama Terhadap Keterlibatan Pelanggan.....	259
2. Pengaruh Pemeran Utama Terhadap Keputusan Menonton Film	262
4.2.2 Genre Film.....	264
1. Pengaruh Genre Film Terhadap Keterlibatan Pelanggan.....	267
2. Pengaruh Genre Film Terhadap Keputusan Menonton Film	270
4.2.3 Penilaian Film.....	273
1. Pengaruh Penilaian Film Terhadap Keterlibatan Pelanggan.....	277
2. Pengaruh Penilaian Film Terhadap Keputusan Menonton Film	280
4.2.4 Ulasan Online	283
1. Pengaruh Ulasan Online Terhadap Keterlibatan Pelanggan.....	287
2. Pengaruh Ulasan Online Terhadap Keputusan Menonton Film	291
4.2.5 Keterlibatan Pelanggan.....	294
1. Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Terhadap Keputusan Menonton	297
2. Keterlibatan Pelanggan Memediasi Pengaruh Pemeran Utama Terhadap Keputusan Menonton Film	300

3. Keterlibatan Pelanggan Memediasi Pengaruh Genre Film Terhadap Keputusan Menonton Film.....	305
4. Keterlibatan Pelanggan Memediasi Pengaruh Penilaian Film Terhadap Keputusan Menonton Film.....	310
5. Keterlibatan Pelanggan Memediasi Pengaruh Ulasan Online Terhadap Keputusan Menonton Film	316
4.3 Implikasi Teoretis Temuan Penelitian.....	320
BAB V PENUTUP.....	335
5.1 Kesimpulan.....	335
5.2 Implikasi Penelitian	341
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	341
5.2.2 Implikasi Praktis.....	344
5.3 Keterbatasan Penelitian	351
5.4 Rekomendasi	355
DAFTAR PUSTAKA	359
LAMPIRAN.....	375



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Penelitian	141
Tabel 3.2 Proporsi Penyebaran Kuesioner di Bioskop Berbagai Kota Besar	144
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Konvergen Kuesioner Penelitian (N=50)	150
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan Kuesioner Penelitian (N=50)	151
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian (N=50).....	152
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	163
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	165
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Di Lima Kota Besar.....	166
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	168
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur di Lima Kota Besar	169
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	170
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Di Lima Kota Besar.....	171
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	173
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Di Lima Kota Besar.....	174
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	176
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Di Lima Kota Besar.....	177
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menonton Film.....	179
Tabel 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menonton Film Di Lima Kota Besar.....	180

Tabel 4.14 Karakteristik Responden Berdasarkan Genre Film.....	183
Tabel 4.15 Karakteristik Responden Berdasarkan Genre Film Di Lima Kota Besar.....	184
Tabel 4.16 Karakteristik Responden Berdasarkan Kebersamaan Menonton.....	188
Tabel 4.17 Karakteristik Responden Berdasarkan Kebersamaan Menonton Di Lima Kota Besar	189
Tabel 4.18 Persepsi Responden tentang Dimensi Pemeran Utama.....	193
Tabel 4.19 Persepsi Responden tentang Dimensi Genre Film.....	196
Tabel 4.20 Persepsi Responden tentang Dimensi Penilaian Film.....	200
Tabel 4.21 Persepsi Responden tentang Dimensi Ulasan Online	204
Tabel 4.22 Persepsi Responden tentang Dimensi Keterlibatan Pelanggan.....	209
Tabel 4.23 Persepsi Responden tentang Dimensi Keputusan Menonton Film Indonesia di Bioskop	213
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Konvergen Kuesioner Penelitian (N=315).....	219
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Diskriminan Kuesioner Penelitian (N=315)	221
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian (N=315).....	222
Tabel 4.27 Nilai R^2 Inner Model Model Struktural	225
Tabel 4.28 Nilai Ukuran Efek (f^2).....	226
Tabel 4.29 Nilai Q^2	230
Tabel 4.30 Nilai Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>) Model Struktural	232
Tabel 4.31 Nilai T Statistik Pengaruh Langsung (Parsial).....	233
Tabel 4.32 Nilai T Statistik Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)	240

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Bioskop di Indonesia	18
Gambar 1.2 Jumlah Produksi Film	19
Gambar 1.3 Motivasi dan Cara Menonton Film	21
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	101
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian Kuantitatif	131
Gambar 3.2 Provinsi dengan Jumlah Bioskop Terbanyak	144
Gambar 3.3 Model Persamaan Struktural	147
Gambar 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	149
Gambar 4.1 Persebaran Responden Berdasarkan Wilayah	164
Gambar 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Outer Model</i>)	218
Gambar 4.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>) Penelitian	224

