

“PERILAKU KONSUMEN “AFEKSI DAN KOGNISI”: KESUKSESAN FILM JOKER DI SURABAYA”

Nama : Monika Virani
NIM : 1011610052
Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen berdasarkan faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menyaksikan film Joker, serta menilai perilaku konsumen baik secara afeksi maupun kognisi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 3 responden di Kota Surabaya yang masuk dalam kriteria berusia 17 – 28 tahun dan telah melihat film Joker. Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Pengambilan Keputusan Konsumen oleh Peter dan Olson (2000) yang menjelaskan proses yang akan dilalui konsumen mulai dari pencarian informasi hingga menuju proses akhir pengambilan keputusan yang akan membentuk perilaku konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lingkungan, budaya, sosial, ketidakpuasan, dan kesenangan yang mempengaruhi konsumen untuk melihat film Joker. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dampak yang mempengaruhi konsumen baik secara afeksi maupun kognisi.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Film Joker, Afeksi dan Kognisi

“CONSUMER BEHAVIOR "AFEKSI AND COGNITION: THE SUCCESS OF JOKER FILM IN SURABAYA”

*Name : Monika Virani
Student Number : 1011610052
Consultant : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.S.M.*

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine consumer behaviour based on factors affecting consumers to watch the movie Joker, as well as assess the behavior of consumers both by affection and cognition. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. This study used 3 sample of respondent in Surabaya city which entered in criteria 17 – 28 years old and have seen the movie Joker. The theoretical basis used in this research is the Model of Consumer Decision Making by Peter and Olson (2000) which describes the process by which consumers will be traversed from information retrieval to the final process of decision making that will form consumer behaviour. The results showed that there were environmental, cultural, social, dissatisfaction, and pleasure factors affecting consumers to see the movie Joker. In addition, the results showed that there was an impact affecting the consumer both by affective and cognition.

Keywords: Consumer Behaviour, Film Joker, Afection and Cognition

