

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *CRITICS REVIEW* DAN
RATING USER DI IMDB TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MEMBELI FILM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Ryan Agung Gunawan
NIM. B1023151020**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK**

2022

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *CRITICS REVIEW* DAN
RATING USER DI IMDB TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MEMBELI FILM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Ryan Agung Gunawan
NIM. B1023151020**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK**

2022

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama : Ryan Agung Gunawan
NIM : B1023151020
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth*, *Critics Review* dan *Rating User* di *IMDb* Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Film.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi dengan judul tersebut di atas

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 30 Juni 2022

Ryan Agung Gunawan
NIM. B1023151020

PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Ryan Agung Gunawan
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Tanggal Ujian	: 12 Juli 2022
Judul Skripsi	: Pengaruh <i>Word of Mouth</i> , <i>Critics Review</i> dan <i>Rating User</i> di <i>IMDb</i> Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Film.

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 30 Juni 2022

Ryan Agung Gunawan
NIM. B1023151020

LEMBAR YURIDIS

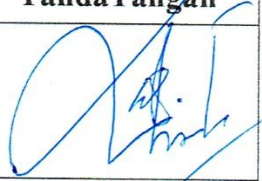
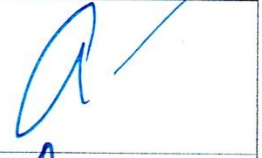
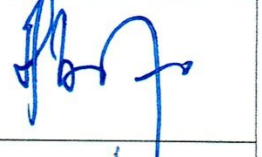
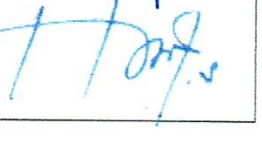
Pengaruh Word of Mouth, Critics Review dan Rating User di IMDb Terhadap
Keputusan Konsumen untuk Membeli Film

Penanggung Jawab Yuridis

Ryan Agung Gunawan
B1023151020

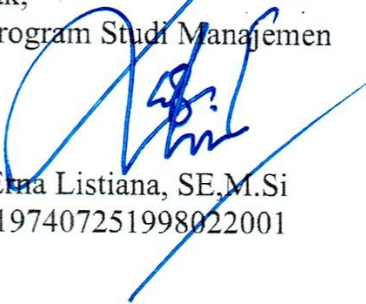
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Tgl Ujian Skripsi dan Komprehensif : 30 Juni 2022

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1	Ketua Penguji	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.	19 / 6 - 2023	
		197407251998022 000		
2	Sekretaris Penguji	Ana Fitriana, S.E., M.M.	19 / 6 - 2023	
		198506182019032000		
3	Penguji 1	Dr. Barkah, S.E., M.Si.	19 / 6 - 2023	
		196502201990032004		
4	Penguji 2	Harry Setiawan, S.E., M.M.	19 / 6 - 2023	
		198510112019031000		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi dan Komprehensif

Pontianak, **22 JUN 2023**
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Erna Listiana, SE, M.Si
NIP.197407251998022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang di panjatkan kepada Allah Swt atas rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth*, *Critics Review*, dan *Rating User* di IMDb terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Film”, yang merupakan salah satu persyaratan akademik bagi penulis untuk menyelesaikan jenjang S1 di Universitas Tanjungpura Pontianak.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan berupa bimbingan, petunjuk, data, saran, maupun dorongan moral dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Bapak Muz'an Sulaiman, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Ibu Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing utama yang telah memberi petunjuk, bimbingan, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Harry Setiawan, S.E., M.M. dan Ibu Ana Fitriana, S.E., M.M selaku Dosen Penguji dan Pembimbing yang telah memberi petunjuk, bimbingan, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Ayah, Ibu dan Saudara tercinta yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan selama penulis menjalani studi hingga akhir penulisan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang turun memberikan semangat dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah turut membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun demikian telah memberikan manfaat bagi penulis. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan semua saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Pontianak, 30 Juni 2022

Ryan Agung Gunawan
NIM. B1023151020

ABSTRAK

PENGARUH WORD OF MOUTH, CRITICS REVIEW DAN RATING USER DI IMDb TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI FILM.

Oleh:

**Ryan Agung Gunawan
B1023151020**

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman penulis, para audiens atau pencinta film sebelum akhirnya mengambil keputusan dalam menonton, biasanya mencari sebuah informasi tentang film tersebut, bisa melalui penilaian atau evaluasi yang telah dibuat oleh kritikus film, bisa juga oleh audience yang telah menonton film tersebut. Penulis dan kerabat dekat serta teman-teman penulis, yang di dunia nyata maupun di dunia maya, serta jutaan orang yg mengakses internet yang sudah diamati oleh penulis, banyak sekali yang menggunakan IMDb (Internet Movie Database) sebagai patokan untuk memutuskan apakah ingin menonton film yang di cari atau melewatkan saja. Maka dari itu, variable rating di situs IMDb merupakan hal yang penting untuk di teliti lebih lanjut seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan untuk membeli film. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Desain ini dimanfaatkan untuk mengukur data dan memberikan verifikasi yang menentukan, yang didasarkan pada sampel yang representatif dan beberapa bentuk analisis statistik diterapkan. Sebagai studi kuantitatif, hasil akhir dinilai berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Tujuan dari data statistik adalah sebagai media untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh responden yang berusia minimal 18 tahun. Penelitian deskriptif sebanyak 100. Terdapat hubungan yang positif dari semua variabel bebas terhadap variabel dependan, walaupun variabel X1 (*word of mouth*) berpengaruh sangat kecil dibanding variabel lainnya. Hasil yang diperoleh dari analisis akan berguna bagi manajer yang perlu membuat keputusan tentang bagaimana memasarkan film yang akan dirilis.

ABSTRACT

THE EFFECT OF WORD TO MOUTH, CRITICS REVIEW AND USER RATINGS ON IMDB ON CONSUMER DECISIONS TO BUY MOVIES.

Oleh:

**Ryan Agung Gunawan
B1023151020**

Based on experience and observations, the audience or film lovers before finally making a decision to watch a movie, usually find information about the film, it can be through an assessment or evaluation that has been made by film critics, it can be done by viewers who have watched the film. The author and close relatives and friends of the author, both in the real world and in cyberspace, as well as the millions of people who access the internet that the author has observed, many use IMDb (Internet Movie Database) as a benchmark for deciding whether to watch movies that are looking for it or skipping it. Therefore, the variable ranking on the IMDb site is important to consider further how much influence it has on the decision to buy a film. In this study, the researcher used a quantitative descriptive method. This design is used to measure the data and determine the decisive one, which is based on a representative sample and some form of statistical analysis applied. As a quantitative study, the final results are assessed based on a questionnaire distributed to respondents. The purpose of statistical data is as a medium to obtain the required information. The population in this study were all respondents who were at least 18 years old. There are 100 descriptive studies. There is a positive relationship between all independent variables on the dependent variable, although the X1 variable has a very small effect on the other variables. The results obtained from the analysis will be useful for managers who need to make decisions about how to market the film to be released.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT	i
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI	ii
LEMBAR YURIDIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kontribusi Penelitian	5
1.4.1 Kontribusi Teoritis	5
1.4.2 Kontribusi Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Word of Mouth	9
2.1.2 Rating User	10
2.1.3 Critics Review	11
2.1.4 Keputusan Pembelian	14
2.2 Kajian Empiris	15
2.3 Kerangka Konseptual Dan Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Bentuk Penelitian	26
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	26
3.2.1 Data Penelitian	26
3.2.2 Data Primer	26
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.3 Populasi dan Sampel	27

3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sample	28
3.4 Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian	28
3.4.1 Variabel Penelitian.....	28
3.4.2 Operasional Penelitian.....	29
3.4.3 Pengukuran Variabel Penelitian.....	32
3.5 Metode Analisis Data	32
3.6 Uji Statistik.....	32
3.7 Regresi Linear Berganda	33
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Profil Responden Demografik.....	35
4.2 Variabel Bebas	39
4.2.1 <i>Word Of Mouth</i>	40
4.2.2 <i>Critics Review</i>	40
4.2.3 Rating User	41
4.2.4 Keputusan Konsumen untuk Membeli Film	42
4.3 Pengukuran Skala	43
4.3.1 Uji Validitas.....	43
4.3.2 Analisis Reliabilitas	44
4.3.3 Regresi Linear Berganda.....	45
BAB V PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	49
5.3 Implikasi Studi	50
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Halaman utama website IMDb.....	6
Gambar 1.3 Halaman film Wonder Woman di website IMDb	7
Gambar 1.4 Halaman film Warcraft di website IMDb	8
Gambar 2.1 Warcraft di beri rating/score sebesar 6.7/10 dari rata-rata 261 ribu penilai.....	10
Gambar 2.2 Halaman film Wonder Woman di website kritikus profesional metacritic.com.....	11
Gambar 2.3 Ulasan para kritikus film Wonder Woman di website metacritic.com	12
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	24
Gambar 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	37
Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Status	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	29
Tabel 3.2 Skala Likert.....	32
Tabel 3.3 Kriteria Penilaian Jawaban Responden.....	32
Tabel 4.1 Statistik Responden Demografik	35
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 Umur Responden.....	36
Tabel 4.4 Status Responden	37
Tabel 4.5 Pendapatan atau Uang Saku	38
Tabel 4.6 Word of Mouth.....	40
Tabel 4.7 Critics Review.....	40
Tabel 4.8 Rating User	41
Tabel 4.9 Keputusan Konsumen untuk Membeli Film.....	42
Tabel 4.10 Uji Validitas	43
Tabel 4.11 Analisis Reliabilitas	44
Tabel 4.12 Model Summary	45
Tabel 4.13 ANOVA	45
Tabel 4.14 Coefficient	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman penulis, para audiens atau pencinta film sebelum akhirnya mengambil keputusan dalam menonton, biasanya mencari sebuah informasi tentang film tersebut, bisa melalui penilaian atau evaluasi yang telah dibuat oleh kritikus film, bisa juga oleh audience yang telah menonton film tersebut. Penulis dan kerabat dekat serta teman-teman penulis, yang di dunia nyata maupun di dunia maya, serta jutaan orang yg mengakses internet yang sudah diamati oleh penulis, banyak sekali yang menggunakan IMDb (Internet Movie Database) sebagai patokan untuk memutuskan apakah ingin menonton film yang di cari atau melewati saja. Maka dari itu, variable rating di situs IMDb merupakan hal yang penting untuk di teliti lebih lanjut seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan untuk membeli film.

Film sebagai suatu bentuk komunikasi masa yang dikelola menjadi suatu komoditi. Didalamnya sangat kompleks, dari pemain, produser, dan seperangkat kesenian lain yang sangat mendukung seperti, musik, seni rupa, teater, seni suara, dan lainnya. Semua unsur tersebut terkumpul menjadi komunikator dan bertindak sebagai agen transformasi budaya (Baksin, 2002). Film memiliki nilai seni tersendiri, karena film tercipta sebagai sebuah karya dari tenaga-tenaga kreatif yang profesional di bidangnya. Film sebagai benda seni lebih baik dinilai dengan cara artistik bukan rasional. Film bukan hanya menyajikan pengalaman yang mengasyikkan, melainkan juga pengalaman hidup sehari-hari yang dikemas secara menarik, dan dapat terhubung dengan audiens (Mudjiono, 2011). Disisi lain, film yang berkualitas selain sebagai hiburan, dapat juga menjadi sebuah karya yang mengandung harapan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern akan kondisi sosial peningkatan akhlak, ekonomi, motivasi hidup, pengetahuan, ilmu budaya, pendidikan dan sebagainya. Mengingat film adalah sebuah karya yang mudah dikonsumsi serta mengandung berbagai muatan di dalam nya (Pramana, 2012).

Internet Movie Database (IMDb) merupakan situs web yang menyediakan informasi mengenai film dari seluruh dunia, termasuk orang-orang yang terlibat di dalamnya mulai dari aktor/aktris, sutradara, penulis sampai penata rias dan soundtrack. *IMDb* juga menyediakan rating film dari audience dan kritikus, juga berapa besar dana yang dikeluarkan untuk memproduksi film tersebut, lengkap dengan trailer, poster seberapa besar pendapatan, durasi, asal negara, studio, nominasi penghargaan yang pernah di dapat, dan ulasan dari para pengunjung. Ini bisa menjadi sumber referensi untuk mencari dan memutuskan untuk mengkonsumsi film yang ingin ditonton.

Pengguna IMDb di Indonesia mencapai 1.2% dari seluruh dunia. Yaitu sekitar 1.2% dari 59 juta visitors. Ini membuat Indonesia berada diperingkat 14 menurut statistik dari hypestat.

Sebelum memutuskan untuk menonton sebuah film, kebanyakan dari calon konsumen akan mencari informasi/input mengenai film tersebut terlebih dahulu. Tidak sedikit yang mencari melalui metode *Word of mouth* atau lebih dikenal dengan istilah WOM mereka mendapatkan informasi tersebut. *Word of mouth* atau komunikasi mulut ke mulut adalah usaha pemasaran yang memicu pelanggan untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan, dan menjual suatu produk/jasa/merek kepada pelanggan lain. Variabel *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan membeli. Karena, *Word of mouth communication* merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal (Hasanah, 2017).

Word of mouth lebih efektif memengaruhi keputusan konsumen dalam keputusan membeli. *Word of Mouth* lebih di kenal orang-orang sebagai media promosi dari mulut ke mulut yang juga dapat berupa komentar atau rekomendasi. Pelanggan akan menyebarkan pengalaman berdasarkan pengalaman yang diterimanya. Konsumen yang melakukan kegiatan *word of mouth* akan berbagi ide, opini, dan informasi kepada orang lain tentang produk dan jasa yang mereka beli atau dapatkan, khususnya pada topik ini adalah film. Melalui dengan adanya

kegiatan seperti inilah konsumen dapat mengetahui kualitas dari suatu produk atau jasa dengan lebih percaya.

Tabel 1.1 Rating Film dari user IMDb

Wonder Woman (2017)	7.5 (485.018) user 7,6 (725) critic
Warcraft (2016)	6.8 (258.011) user 3.2 (371) critic

Sumber: www.imdb.com (2022)

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa berdasarkan *rating user*, Wonder Woman (2017) lebih populer filmnya dari pada Warcraft (2016), Wonder Woman mendapatkan rating yang bagus (7.6) dari hampir 500rb user di IMDb dan 7.6 dari 725 kritikus. Sedangkan Warcraft mendapatkan rating yang pas pas-an sebesar (6.8) dari 258rb user dan rating yang sangat rendah sebesar (3.2) dari 371 kritikus, film tersebut dianggap sang at buruk sekali oleh para kritikus sedangkan dianggap biasa2 saja oleh para audience.

Tabel 1.2 Dana Produksi dan Pendapatan Film

Wonder Woman (2017)	Budget: \$149,000,000 (estimated) Gross USA: \$412,845,172 Cumulative Worldwide Gross: \$822,854,286
Warcraft (2016)	Budget: \$160,000,000 (estimated) Gross USA: \$47,365,290 Cumulative Worldwide Gross: \$439,048,914

Sumber: www.imdb.com (2022)

Tabel 1. menjelaskan bagaimana performa pendapatan dari kedua film diatas. Disinilah menurut penulis, peran dari *rating user* di IMDb bersinergi dengan *Word of Mouth*. Dilihat dari pendapatannya sudah sangat jelas. Wonder Woman memiliki pendapatan yang jauh lebih besar di banding Warcraft, lebih dari 2 kali lipat besarnya dalam segi dunia. Warcraft sangat gagal pendapatannya dalam segi domestic atau dalam negeri sendiri, Tapi sukses di negara lain, kurang lebih 85 persen pendapatannya berasal dari negara lain, ini dikarenakan rating para kritikus yang sangat rendah, perlu diingat bahwa rating para kritkus tersebut itu sebagian besar berasal dari Amerika Serikat. Lalu penonton-penonton di Amerika banyak yang tidak berkenan untuk menonton karena skor tersebut dan memberi tau kerabat2nya untuk tidak merekomendasikan film tersebut. Maka dari itu, biarpun dana produksi filmnya lebih besar pada film Warcraft, akan sangat sulit untuk menghadapi film2 yang mempunyai rating dan kepopuleran yang lebih besar.

Berdasarkan semua penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Word of Mouth*, *User Rating* dan *Critics Review* memegang peran penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen karena penilaian secara subjektif konsumen terhadap film dapat menjadi keunggulan bersaing dengan film lainnya. Selain itu, pengalaman yang dimiliki oleh konsumen akan menjadi informasi bagi calon konsumen lainnya melalui *Word of Mouth* tersebut. Sehingga diperlukan pemahaman yang lebih baik tentang *Word of Mouth* dan perannya dalam minat menonton konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli film?
2. Apakah *Rating User* di IMDb berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli film?

3. Apakah *Critics Review* di IMDb berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli film?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan konsumen untuk membeli film.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Rating User* di IMDb terhadap keputusan konsumen untuk membeli film.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Critics Review* di IMDb terhadap keputusan konsumen untuk membeli film.

1.4 Kontribusi Penelitian

Setelah penelitian ini dilaksanakan diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk pengembangan kajian empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen tentang konsumsi film.

1.4.2 Kontribusi Praktis

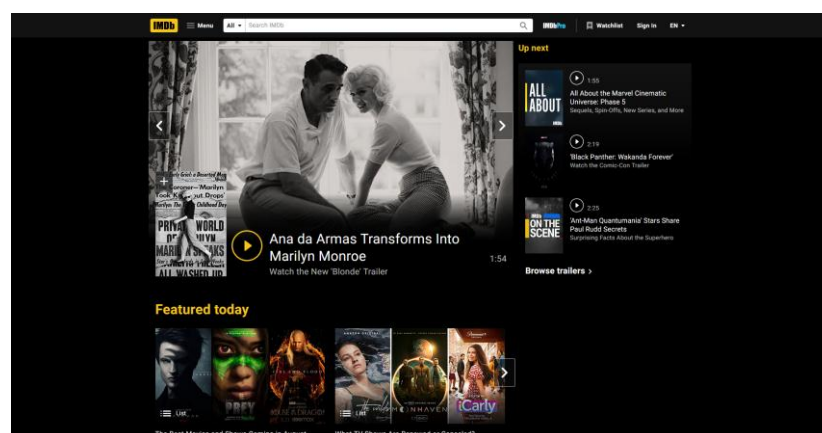
1. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi upaya pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana variabel yang berbeda berdampak pada pengambilan keputusan konsumen untuk membeli film. Tujuannya adalah untuk memahami proses pengambilan keputusan terutama pencarian informasi yang dilalui konsumen dalam memutuskan apakah akan membeli film dan film apa yang ditonton.
2. Dengan memiliki pemahaman seperti itu, pemasar akan dapat meningkatkan dan menyesuaikan cara yang mereka gunakan untuk

memasarkan film agar bisa lebih menarik pelanggan dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian. Pemasar juga akan dapat mengidentifikasi faktor mana yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli film. Dengan demikian, pemasar akan menginvestasikan lebih banyak sumber dayanya pada sarana itu.

1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

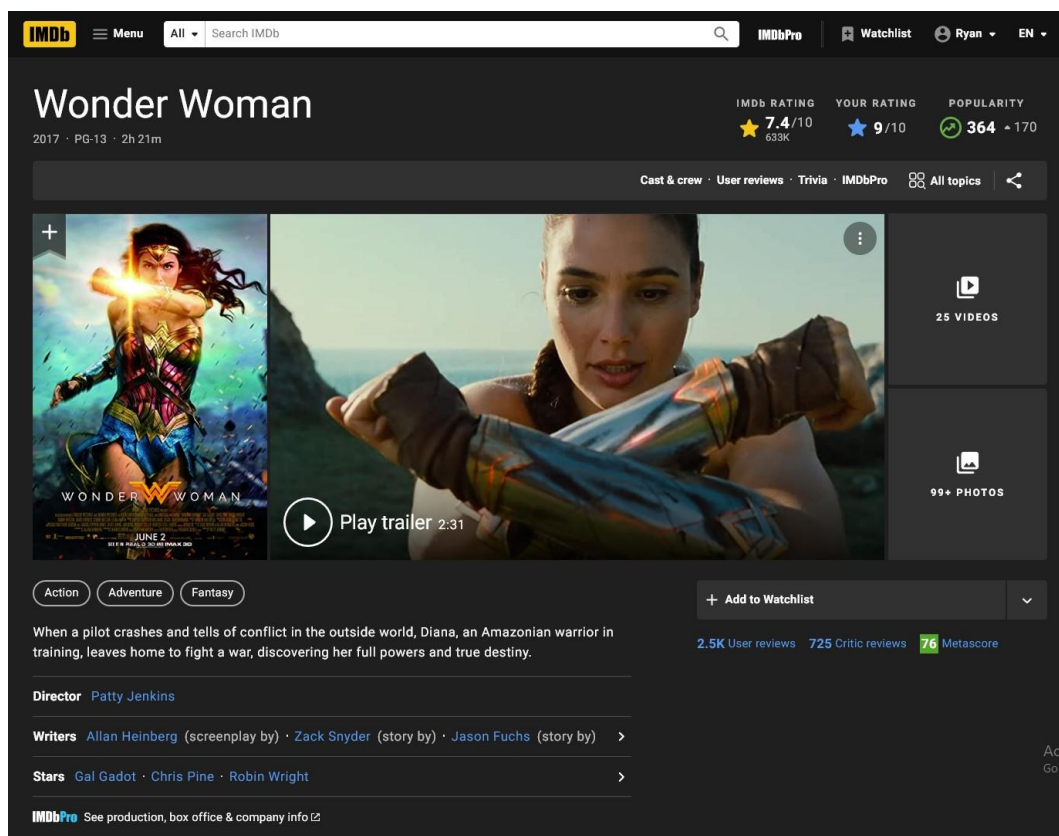
IMDb (*Internet Movie Database*) adalah sebuah basis data daring informasi yang berkaitan dengan film, video rumahan, acara televisi, permainan video, dan acara internet, termasuk daftar pemeran, biografi kru produksi dan personil, trivia, ringkasan alur cerita, dan ulasan serta penilaian oleh penggemar. Sebuah fitur penggemar tambahan, papan pesan, telah dinonaktifkan pada Februari 2017. Awalnya situs ini dioperasikan oleh penggemar, lalu basis data kemudian dimiliki dan dioperasikan oleh *IMDB.com* Inc., sebuah anak perusahaan dari *Amazon*.

Hingga Maret 2022, IMDb memiliki kira-kira 5.6 juta film/acara (termasuk episode masing-masing) dan 9.8 tokoh di basis data tersebut. IMDb juga memiliki 34 juta pengunjung perhari. Pengguna juga diajak untuk menilai film apa pun pada skala 1 hingga 10, dan totalnya dikonversi menjadi nilai rata-rata tertimbang yang ditampilkan di samping setiap judul, dengan filter online yang digunakan untuk mencegah pemungutan suara.



Gambar 1.1 Halaman utama website IMDb
Sumber: imdb.com (2022)

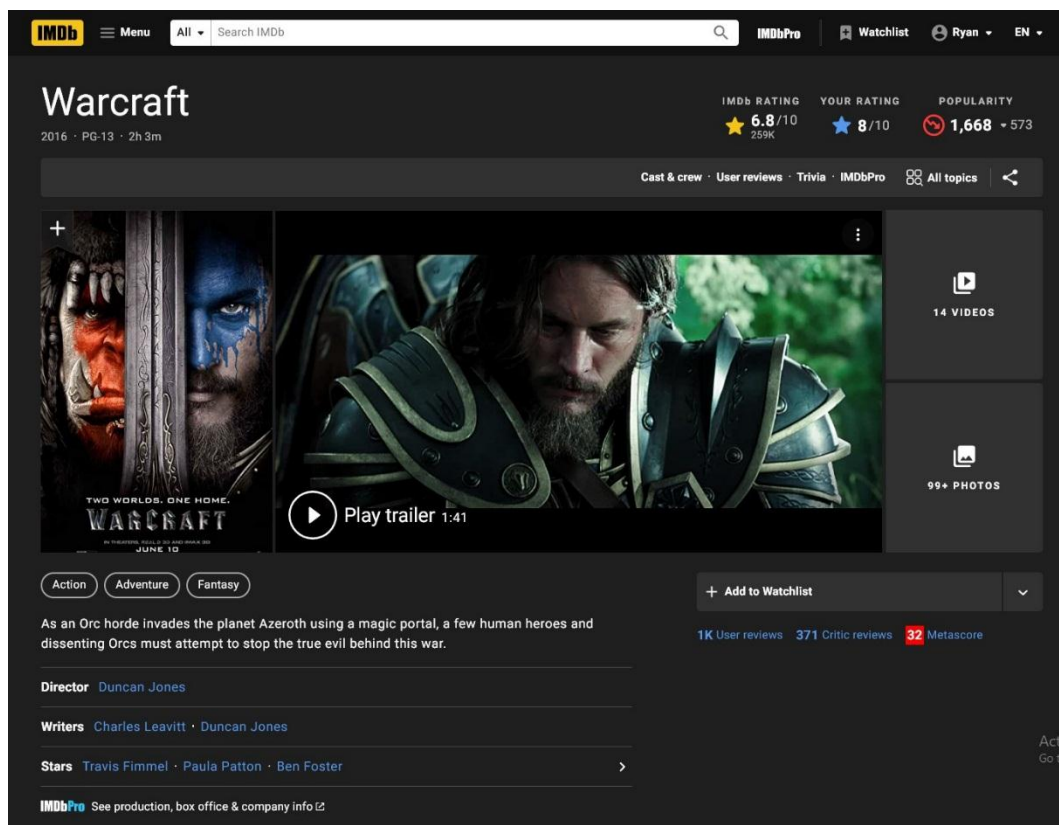
Wonder Woman adalah film pahlawan super Amerika Serikat tahun 2017 yang berdasarkan DC Comics karakter dengan nama yang sama, yang didistribusikan oleh Warner Bros. Pictures. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi sekuel keempat dalam *DC Extended Universe*. Film ini disutradarai oleh Patty Jenkins, yang ditulis oleh Allan Heinberg dan Geoff Johns, dari cerita oleh Heinberg dan Zack Snyder, dan bintang-bintang Gal Gadot, Chris Pine, Robin Wright, Danny Huston, David Thewlis, Connie Nielsen dan Elena Anaya. Dalam *Wonder Woman*, setelah percontohan Amerika Steve Trevor jatuh di pulau Themyscira dan mengatakan kepadanya tentang perang dunia yang terjadi, Diana meninggalkan rumahnya untuk mencoba menghentikan perang dan menjadi *WonderWoman*.



Gambar 1.2 Halaman film Wonder Woman di website IMDb
Sumber: *imdb.com* (2022)

Warcraft (secara alternatif dikenal sebagai **Warcraft: The Beginning**) adalah sebuah film fantasi laga Amerika Serikat tahun 2016

yang disutradarai oleh *Duncan Jones* dan ditulis oleh *Charles Leavitt* dan *Jones*. Berdasarkan pada seri permainan video bernama *warcraft*, film tersebut menampilkan *Travis Fimmel*, *Paula Patton*, *Ben Foster*, *Dominic Cooper*, *Toby Kebbell*, *Ben Schnetzer*, *Robert Kazinsky*, *Clancy Brown*, dan *Daniel Wu*.



Gambar 1.3 Halaman film Warcraft di website IMDb
 Sumber: *imdb.com* (2022)