

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah suatu gambaran data yang menunjukkan hasil yang telah dikumpulkan oleh penulis dalam bentuk umum dan generalisasi. Hal tersebut dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang telah ditetapkan dalam pengujian deskripsi data dalam penelitian ini. Penulis menggambarkan kondisi responden dengan karakteristik seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran setiap bulan. Dalam pengujian data pada penelitian ini menggunakan *Statistical Program And Service Solution Seri 26.0*. berikut pengolahan data yang telah diperoleh.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Table 4.1

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
(Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart)**

Jenis Kelamin	XXI MBK	Persentase XXI MBK	CGV Transmart	Persentase CGV Transmart
Laki – Laki	33	34,7%	44	46,31%
Perempuan	62	65,3%	51	53,69%
Jumlah	95	100%	95	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Dari Tabel 4.1 karakter responden berdasarkan jenis kelamin pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton berjumlah 33 untuk jenis laki laki dan jenis kelamin perempuan berjumlah 62 sedangkan bioskop CGV Cinemas Transmart berjumlah 44 untuk jenis laki laki dan jenis kelamin perempuan berjumlah 51.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
(Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton)

XXI Mall Boemi Kedaton			CGV Cinemas Transmart		
Usia	Jumlah	Persentase	Usia	Jumlah	Persentase
17 Tahun – 19 Tahun	5	5,3%	17 Tahun – 19 Tahun	7	7,37%
20 Tahun – 30 Tahun	86	90,5%	20 Tahun – 30 Tahun	78	82,11%
31 Tahun – 40 Tahun	4	4,2%	31 Tahun – 40 Tahun	12	10,52%
41 Tahun – 50 Tahun	0	0%	41 Tahun – 50 Tahun	0	0%
Total	95	100%	Total	95	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Dari Tabel 4.2 karakter responden berdasarkan usia diketahui bahwa jumlah rentang usia tertinggi yaitu 20 -30 tahun, artinya pengunjung yang menonton bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart didominasi oleh responden berusia 20 -30 tahun.

Tabel 4.3
Karateristik Berdasarkan Pekerjaan
(Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart)

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negri	3	3,2%
Pegawai Swasta	14	14,7%
Wiraswasta	12	12,6%
Mahasiswa	60	63,2%
Lainnya	6	6,3 %
Jumlah	95	100 %

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Dari Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui jumlah tertinggi yaitu Mahasiswa, artinya pengunjung yang menonton bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart didominasi oleh responden Mahasiswa yaitu sebanyak 60 orang atau 63,2% responden.

Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran
(Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton)

Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton			Bioskop CGV Cinemas Transmart		
Rata –Rata Pengeluaran	Jumlah	Persentase	Rata –Rata Pengeluaran	Jumlah	Persentase
<1 Juta	63	66,3%	<1 Juta	59	62%
1 Juta – 2 Juta	19	20 %	1 Juta – 2 Juta	26	27,37%
2 Juta – 3 Juta	11	11,6%	2 Juta – 3 Juta	9	9,63%
4 Juta – 5 Juta	2	2,1%	4 Juta – 5 Juta	1	1,05%
>5 Juta	0	0%	>5 Juta	0	0%
Jumlah	95	100%	Jumlah	95	100%

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Dari hasil Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan rata – rata pengeluaran diketahui bahwa jumlah rata – rata pengeluaran tertinggi yaitu < 1 juta, artinya pengunjung yang menonton bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart didominasi dengan pengunjung yang rata – rata pengeluaran perbulannya < 1 juta sebanyak 63 pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan 59 orang pada bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung.

1.1.1 Deskripsi Variabel Citra Merek

Hasil jawaban pernyataan tentang Citra Merek pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart.

1.1.1.1 Hasil Jawaban Pernyataan Tentang Citra Merek pada Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton.

Tabel 4.5

Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek berdasarkan dimensi Identitas Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung dikenal konsumen	43	45,3%	32	33,7%	19	20 %	1	1,1%	0	0%
2	Konsumen mengerti maksud dari merek bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung	38	40%	35	36,8%	19	20%	3	3,2%	0	0%
3	Konsumen mampu membedakan merek XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung dari merek pesaing	32	33,7%	41	43,2%	20	21,1,9%	2	2,1%	0	0%

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 43 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu sebanyak 41 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 20 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 3 orang, dan jawaban sangat tidak setuju pada ada pada tidak ada responden yang menjawab. Jawaban Rata-rata paling tinggi pada tabel diatas dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 43 orang terdapat pada pernyataan 1.

Tabel 4.6

Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek berdasarkan Personalitas

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung mampu mendorong saya memilih merek ini dari pada merek lain	26	27,7%	34	35,8%	27	28,4%	6	6,3%	2	2,1%
2	Konsumen mampu membedakan desain merek yang berbeda pada bioskop XII Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung dari merek pesaing	24	25,3%	45	47,%	21	22,1%	5	5,5%	0	0%
3	Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung memiliki level kelas tertentu yang membuat saya bangga	24	25,3%	34	35,6%	31	32,6%	5	5,3%	1	1,1%

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 26 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu sebanyak 45 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 31 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu

sebanyak 6 orang, dan jawaban sangat tidak setuju pada ada pada pernyataan 1 dengan jumlah 1 orang.

Tabel 4.7

Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek berdasarkan Asosiasi Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung memiliki inovasi layanan dan teknologi yang baik	32	33,7%	34	35,8%	28	29,5%	1	1,1%	0	0
2	Harga tiket, minuman dan makanan di bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung tergolong mahal	36	37,9%	37	38,9%	19	20%	3	3,2%	0	0%
3	Film yang ditawarkan di bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung beranekaragam	33	34,7%	42	44,2%	18	18,9%	2	2,1%	0	0%
4	Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung memiliki ciri khas tersendiri	32	34%	28	29,8%	29	30,9%	5	5,3%	0	0%
5	Merasakan kenyamanan saat menonton bioskop XXI Mall Boemi	38	40%	36	37,9%	18	18,9%	2	2,1%	1	1,1%

Kedaton Bandar Lampung											
------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.7 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 5 yaitu sebanyak 38 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 42 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu sebanyak 29 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu sebanyak 5 orang, dan jawaban sangat tidak setuju pada ada pada pernyataan 5 dengan jumlah 3 orang.

Tabel 4.8

Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek berdasarkan Sikap dan Perilaku Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pelayanan pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung baik	26	27,4%	43	45,3%	25	26,3%	1	1,1%	0	0%
2	Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung sangat berkesan	30	31,6%	36	37,9%	23	24,2%	6	6,3%	0	0%
3	Menonton di bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung sangat memuaskan	32	33,7%	34	35,8%	22	25,3%	3	3,2%	1	1,1%
4	Konsep pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton	28	29,5%	32	33,7%	31	32,6%	4	4,2%	0	0%

	Bandar Lampung berbeda dengan pesaing										
5	Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung konsisten pada mereknya	35	36,8%	38	40%	18	18,9%	2	2,1%	2	2,1%

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 5 yaitu sebanyak 35 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 43 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu sebanyak 31 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu sebanyak 6 orang, dan jawaban sangat tidak setuju pada ada pada pernyataan 5 dengan jumlah 2 orang.

Tabel 4.9

Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek berdasarkan Manfaat dan Keunggulan Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Harga yang ditawarkan pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	27	28,4%	40	42,1%	23	24,2%	5	5,3%	0	0%
2	Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung berada ditempat yang mewah	28	29,5%	44	46,3%	19	20%	4	4,2%	0	0%

3	Fasilitas yang diberikan bioskop XXI Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung baik	31	32,6%	35	36,8%	26	27,4%	3	3,2%	0	0%
---	---	----	-------	----	-------	----	-------	---	------	---	----

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 31 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu sebanyak 44 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 26 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 5 orang, dan jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang menjawab.

4.1.2. Hasil Jawaban Pernyataan Tentang Citra Merek pada Bioskop CGV Cinemas Transmart.

Tabel 4.10

Hasil Jawaban Responden berdasarkan Identitas Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung dikenal konsumen	15	15,8%	41	43,2%	26	27,4%	12	12,6%	1	1,1%
2	Konsumen mengerti maksud dari merek bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung	24	25,3%	38	40,0%	30	31,6%	2	2,1%	1	1,1%
3	Konsumen mampu membedakan merek CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung dari merek pesaing	18	40,0%	38	40,0%	32	33,7%	6	6,3%	1	1,1%

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 2 yaitu sebanyak 24 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 41 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 32 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 12orang, dan jawaban sangat tidak setuju pada ada pada pernyataan 1 dengan jumlah 1 orang.

Tabel 4.11
Hasil Jawaban Responden berdasarkan Personalitas Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung mampu mendorong saya memilih merek ini dari pada merek lain	16	16,8%	45	47,4%	25	26,3%	7	7,4%	2	2,1%
2	Konsumen mampu membedakan desain merek yang berbeda pada bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung dari merek pesaing	20	21,1%	43	45,3%	29	28,4%	4	4,2%	1	1,1%
3	Bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar	21	22,1%	36	37,9%	32	33,7%	6	6,3%	0	0,0%

	Lampung memiliki level kelas tertentu yang membuat saya bangga										
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 21 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 45 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 32 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terendah terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 7 orang, dan jawaban sangat tidak setuju pada ada pada pernyataan 1 dengan jumlah 2 orang.

Tabel 4.12

Hasil Jawaban Responden berdasarkan Asosiasi Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung memiliki inovasi layanan dan teknologi yang baik	14	13,7%	43	45,3%	35	36,8%	3	3,2%	0	0%
2	Harga tiket, minuman dan makanan di bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung tergolong mahal	13	13,7%	13	32,6%	13	32,6%	16	16,8%	4	4,2%
3	Film yang ditawarkan di bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung beranekaragam	23	24,3%	33	34,7%	31	32,6%	8	8,4%	0	0%
4	Bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar	16	16,8%	33	34,7%	42	44,2%	8	8,4%	0	0%

	Lampung memiliki ciri khas tersendiri										
5	Merasakan kenyamanan saat menonton bioskop CGV Cinemas Transmar Bandar Lampung.	24	25,3%	39	41,1%	18	18,9%	10	10,5%	4	4,2%

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.12 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 5 yaitu sebanyak 24 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 43 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu sebanyak 42 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu sebanyak 16 orang, dan jawaban sangat tidak setuju pada ada pada pernyataan 5 dengan jumlah 4 orang.

Tabel 4.13

Hasil Jawaban Pernyataan berdasarkan Sikap dan Perilaku Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pelayanan pada bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung baik	18	18,6%	46	48,4%	28	29,1%	3	3,2%	0	0%
2	Bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung sangat berkesan	17	17,9%	38	40,0%	30	30,1%	10	10,5%	0	0%
3	Menonton di bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar	17	17,9%	40	42,1%	33	34,7%	5	5,3%	0	0%

	Lampung sangat memuaskan										
4	Konsep pada bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung berbeda dengan pesaing	27	28,4%	33	34,7%	27	28,4%	8	8,4%	0	0%
5	Bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung konsisten pada mereknya	27	28,4%	31	32,6%	31	32,6%	6	6,3%	31	32,6%

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.13 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 5 yaitu sebanyak 27 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 46 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 33 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu sebanyak 13 orang.

Tabel 4.14

Hasil Jawaban Responden berdasarkan Manfaat dan Keunggulan Merek

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Harga yang ditawarkan pada bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	18	18,9%	42	44,2%	30	31,6%	5	5,3%	0	0%
2	Bioskop CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung berada ditempat yang mewah	17	17,9%	39	41,1%	27	28,4%	12	12,6%	0	0%
3	Fasilitas yang diberikan bioskop	27	28,4%	42	44,2%	23	24,2%	3	3,2%	0	0%

CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung baik										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.14 jawaban responden diatas pertanyaan yang terbesar pada jawaban sangat setuju ada pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 27 orang, jawaban setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu sebanyak 42 orang, jawaban netral pada tabel diatas yang terendah terdapat pada pernyataan 1 yaitu sebanyak 30 orang, jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu sebanyak 12 orang, dan jawaban sangat tidak setuju tidak ada responden yang menjawab.

1.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka jawaban pernyataan yang diberikan responden diuji dengan uji validitas dan reliabelitas. Adanya pengujian uji validitas ini agar penelitian dapat menghitung data yang dihitung dengan proses penggunaan SPSS versi 26.0.

Tabel 4.15

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Identitas Merek (Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.645	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.869	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.841	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji validitas variabel Dimensi Identitas Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan

yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,869 dan paling rendah 0,645. Dengan demikian seluruh item Dimensi Identitas Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.16
Hasil Uji Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Personalitas
Merek
(Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.848	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.740	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.910	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji validitas variabel Dimensi Personalitas Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,910 dan paling rendah 0,740. Dengan demikian seluruh item Dimensi Personalitas Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.17
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Asosiasi
Merek
(Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.821	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.677	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.820	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Butir 4	0.865	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 5	0.734	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji validitas variabel Dimensi Asosiasi Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,865 dan paling rendah 0,677. Dengan demikian seluruh item Dimensi Asosiasi Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.18
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Sikap
dan Perilaku Merek
(Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.870	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.929	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.866	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 4	0.885	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 5	0.878	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji validitas variabel Dimensi Sikap dan Perilaku Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,929 dan paling rendah 0,866. Dengan demikian seluruh item Dimensi Sikap dan Perilaku Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.19
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Manfaat
dan Keunggulan Merek
(Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.867	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Butir 2	0.929	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.885	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.19 hasil uji validitas variabel Dimensi Manfaat dan Keunggulan Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,929 dan paling rendah 0,867. Dengan demikian seluruh item Dimensi Manfaat dan Keunggulan Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.20

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Identitas Merek
(Bioskop CGV Cinemas Transmart)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.645	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.869	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.841	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.20 hasil uji validitas variabel Dimensi Identitas Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,869 dan paling rendah 0,654. Dengan demikian seluruh item Dimensi Manfaat dan Keunggulan Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.21

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Personalitas Merek
(Bioskop CGV Cinemas Transmart)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
------------	--------------	--------------	---------	------------

Butir 1	0.880	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.643	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.823	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Berdasarkan tabel 4.21 hasil uji validitas variabel Dimensi Personalitas Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,880 dan paling rendah 0,643. Dengan demikian seluruh item Dimensi Personalitas Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.22

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Asosiasi Merek
(Bioskop CGV Cinemas Transmart)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.741	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.651	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.856	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 4	0.792	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 5	0.605	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.22 hasil uji validitas variabel Dimensi Asosiasi Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,856 dan paling rendah 0,605. Dengan demikian seluruh item Dimensi Asosiasi Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.23

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Sikap dan Perilaku Merek

(Bioskop CGV Cinemas Transmart)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.857	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.865	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.944	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 4	0.732	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 5	0.893	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.23 hasil uji validitas variabel Dimensi Sikap dan Perilaku Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,944 dan paling rendah 0,732. Dengan demikian seluruh item Dimensi Sikap dan Perilaku Merek dinyatakan valid.

Tabel 4.24

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek berdasarkan Manfaat dan Keunggulan Merek
(Bioskop CGV Cinemas Transmart)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{hitung}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0.888	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 2	0.855	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid
Butir 3	0.860	0.361	$r_{hitung} > r_{hitung}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.24 hasil uji validitas variabel Dimensi Manfaat dan Keunggulan Merek dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berdasarkan indikator. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,888 dan paling rendah 0,855. Dengan demikian seluruh item Dimensi Mandaat dan Keunggulan Merek dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas selanjutnya pengujian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrument X1, X2, X3, X4, X5 dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach menggunakan program SPSS 26.0. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r sebagai mana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25
Interpretasi Nilai R

Koefisien r	Kategori
0,8000-1,0000	Sangat Tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Berdasarkan Tabel 4.25 maka untuk hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton

Variabel	Alpha	Keterangan
Identitas Merek (X1)	0.826	Reliabilitas Sangat Tinggi
Personalitas Merek (X2)	0.806	Reliabilitas Sangat Tinggi
Asosiasi Merek (X3)	0.757	Reliabilitas Tinggi
Sikap dan Perilaku Merek (X4)	0.749	Reliabilitas Tinggi
Manfaat dan Keunggulan Merek (X5)	0.799	Reliabilitas Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.26 yang juga mengacu pada daftar interpretasi koefisien r seperti yang tertera pada tabel 4.28 di atas, maka dapat diartikan bahwa Dimensi Identitas Merek

(X1) dengan nilai alpha sebesar 0,826 adalah memiliki nilai reliabilitas yang sangat tinggi, dimensi Personalitas Merek (X2) dengan nilai alpha 0,806 memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, dimensi Asosiasi Merek (X3) dengan nilai alpha 0.757 memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, dimensi Sikap dan Perilaku Merek (X4) dengan nilai alpha 0,749 memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, dimensi Manfaat dan Keunggulan Merek (X5) dengan nilai alhpa 0,799 memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 4.27

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Bioskop CGV Cinemas Transmart

Variabel	Alpha	Keterangan
Identitas Merek (X1)	0.814	Reliabilitas Sangat Tinggi
Personalitas Merek (X2)	0.817	Reliabilitas Sangat Tinggi
Asosiasi Merek (X3)	0.809	Reliabilitas Sangat Tinggi
Sikap dan Perilaku Merek (X4)	0.808	Reliabilitas Sangat Tinggi
Manfaat dan Keunggulan Merek (X5)	0.799	Reliabilitas Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.27 yang juga mengacu pada daftar inteprestasi koefisien r seperti yang tertera pada tabel 4.27 di atas, maka dapat diartikan bahwa Dimensi Identitas Merek (X1) dengan nilai alpha sebesar 0,814 adalah memiliki nilai reliabilitas yang sangat tinggi, dimensi Personalitas Merek (X2) dengan nilai alpha 0,817 memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, dimensi Asosiasi Merek (X3) dengan nilai alpha 0.809 memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, dimensi Sikap dan Perilaku Merek (X4) dengan nilai alpha 0,808 memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, dimensi Manfaat dan Keunggulan Merek (X5) dengan nilai alhpa 0,799 memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan Uji Non Parametik *One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test*, dirumuskan dengan hipotesis :

Rumus Hipotesis :

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Apabila $Sig < 0,025$ maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $Sig > 0,025$ maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

Dari rumus hipotesis dan kriteria pengambilan keputusan maka dibawah ini:

Tabel 4.28
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Keterangan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Identitas Merek	XXI MBK	0,092	0,05	Sig > 0,05	Normal
	CGV Transmart	0,105	0,05	Sig > 0,05	Normal
Personalitas Merek	XXI MBK	0,118	0,05	Sig > 0,05	Normal
	CGV Transmart	0,150	0,05	Sig > 0,05	Normal
Asosiasi Merek	XXI MBK	0,256	0,05	Sig > 0,05	Normal
	CGV Transmart	0,078	0,05	Sig > 0,05	Normal
Sikap dan Perilaku Merek	XXI MBK	0,157	0,05	Sig > 0,05	Normal
	CGV Transmart	0,070	0,05	Sig > 0,05	Normal
Manfaat dan Keunggulan Merek	XXI MBK	0,231	0,05	Sig > 0,05	Normal
	CGV Transmart	0,081	0,05	Sig > 0,05	Normal

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.28 diatas, menunjukkan bahwa variabel Identitas Merek One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan XXI MBK diperoleh $0,092 > 0,05$ dan tingkat signifikan CGV Transmart diperoleh $0,105 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

Personalitas Merek One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan XXI MBK diperoleh $0,118 > 0,05$ dan tingkat signifikan CGV Transmart diperoleh $0,150 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

Asosiasi Merek One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan XXI MBK diperoleh $0,256 > 0,05$ dan tingkat signifikan CGV Transmart diperoleh $0,078 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

Sikap dan Perilaku Merek One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan XXI MBK diperoleh $0,157 > 0,05$ dan tingkat signifikan CGV Transmart diperoleh $0,070 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

Manfaat dan Keunggulan Merek One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan XXI MBK diperoleh $0,231 > 0,05$ dan tingkat signifikan CGV Transmart diperoleh $0,081 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.4.1 Uji Kesamaan Varian

Penelitian menguji apakah terdapat populasi varian yang sama atau populasi varian yang tidak sama di antara kedua bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart dengan variabel citra merek berdasarkan dimensi identitas merek, personalitas merek, asosiasi merek, sikap dan perilaku merek, manfaat dan keunggulan merek.

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Bila nilai $\text{sig} < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak
- b. Bila nilai $\text{sig} > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima

Tabel 4.29
Hasil Uji Kesamaan Varian

	Sig.
Identitas Merek	0,505
Personalitas Merek	0,622
Asosiasi Merek	0,525
Sikap dan Perilaku Merek	0,685
Manfaat dan Keunggulan Merek	0,395

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.29 hasil perhitungan *test of homogeneity of variances* didapat nilai Sig 0,756 (Identitas Merek), Sig 0,622 (Personalitas Merek), Sig 0,525 (Asosiasi Merek), Sig 0,685 (Sikap dan Perilaku Merek) dan Sig 0,395 (Manfaat dan Keunggulan Merek), yang menunjukkan nilai Sig > dari 0,05 yang berarti Ho diterima yang menyatakan varians semua populasi bersifat sama.

4.4 Hasil uji Independent sampel t-test

Dalam penelitian ini pengujian data diproses menggunakan SPSS versi 26.0. dengan kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai Sig. < α (0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika nilai Sig. > α (0,05), maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.30

Hasil Uji Independent Sampel T-Test Perbandingan Citra Merek Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Berdasarkan Dimensi Citra Merek

Variabel	Keterangan	Mean	T	Sig
Identitas Merek	XXI MBK (95)	12.20	3.370	0.001 (Signifikan)
	CGV Transmart (95)	11.16		
Personalitas Merek	XXI MBK (95)	11.68	1.260	0.209 (Tidak Signifikan)
	CGV Transmart (95)	11.26		

Asosiasi Merek	XXI MBK (95)	20.02	3.546	0.000
	CGV Transmart (95)	18.18		(Signifikan)
Sikap dan Perilaku Merek	XXI MBK (95)	19.84	1.712	0.089
	CGV Transmart (95)	18.87		(Tidak Signifikan)
Manfaat dan Keunggulan Merek	XXI MBK (95)	12.06	2.568	0.011
	CGV Transmart (95)	11.23		(Signifikan)

- a. Pada variabel Identitas Merek nilai sig. sebesar 0.001 oleh karena itu nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) H_0 diterima maka terdapat perbedaan rata-rata antara bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart pada variabel Identitas Merek. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 12.20 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 11.16.
- b. Pada variabel Personalitas Merek nilai sig. sebesar 0.209 oleh karena nilai itu sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,209 > 0,05$) H_0 ditolak maka tidak terdapat perbedaan rata-rata antara bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart pada variabel Personalitas Merek. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 11.68 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 11.26.
- c. Pada variabel Asosiasi Merek nilai sig. sebesar 0.000 oleh karena nilai sig. lebih besar dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) H_0 diterima maka terdapat terdapat perbedaan rata-rata antara bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart pada variabel Asosiasi Merek. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 20.02 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 18.18.
- d. Pada variabel Sikap dan Perilaku Merek nilai sig. sebesar 0.089 oleh karena nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,089 > 0,05$) H_0 ditolak maka tidak terdapat perbedaan rata-rata antara bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart

pada variabel Sikap dan Perilaku Merek. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 19.84 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 18.87.

- e. Pada variabel Manfaat dan Keunggulan Merek nilai sig. sebesar 0.011 oleh karena nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,011 < 0,05$) H_0 diterima maka terdapat perbedaan rata-rata antara bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart pada variabel Manfaat dan Keunggulan Merek. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 12.06 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 11.23.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Perbedaan Antara Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung Berdasarkan Identitas Merek

Berdasarkan hasil pengujian *Independent sampel T test* adanya perbedaan citra merek pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang berbeda pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung berdasarkan variabel Identitas Merek dimana konsumen memiliki pandangan bahwa bioskop XXI Mall Boemi Kedaton lebih baik dari CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung jika dilihat dari terkenalnya merek bioskop, konsumen mampu mengerti maksud merek bioskop dan konsumen mampu membedakan merek bioskop dengan merek pesaing. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 12.20 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 11.16

4.5.2 Perbedaan Antara Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung Berdasarkan Personalitas Merek

Berdasarkan hasil pengujian *Independent sampel T test* tidak adanya perbedaan citra merek pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung dapat disimpulkan konsumen memiliki persepsi yang sama pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung berdasarkan variabel Personalitas Merek dimana konsumen memiliki pandangan bahwa bioskop XXI Mall Boemi Kedaton sama dari CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung jika dilihat dari konsumen mampu memilih merek ini dibanding merek lain, konsumen mampu mengerti perbedaan desain merek bioskop dari pesaing dan memiliki level kelas tertentu yang membuat konsumen bangga. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 11.68 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 11.26.

4.5.3 Perbedaan Antara Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung Berdasarkan Asosiasi Merek

Berdasarkan hasil pengujian *Independent sampel T test* adanya perbedaan citra merek pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa konsumen konsumen memiliki persepsi yang berbeda pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung berdasarkan variabel Asosiasi Merek dimana konsumen memiliki pandangan pandangan bahwa bioskop XXI Mall Boemi Kedaton lebih baik dari CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung jika dilihat dari memiliki inovasi layanan dan teknologi yang baik, harga tiket, minuman dan makanan di bioskop tergolong mahal, film yang ditawarkan di bioskop beranekaragam, memiliki ciri khas tersendiri, dan konsumen merasakan kenyamanan saat menonton. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 20.02

dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 18.18.

4.5.4 Perbedaan Antara Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung Berdasarkan Sikap dan Perilaku Merek

Berdasarkan hasil pengujian *Independent sampel T test* tidak adanya perbedaan citra merek pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang berbeda pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung berdasarkan variabel Sikap dan Perilaku Merek dimana konsumen memiliki dimana konsumen memiliki pandangan bahwa bioskop XXI Mall Boemi Kedaton sama dari CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung jika dilihat dari pelayanan pada bioskop yang baik, bioskop sangat berkesan, menonton di bioskop sangat memuaskan, konsep pada bioskop berbeda dengan pesaing, bioskop konsisten pada mereknya. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 19.84 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 18.87.

4.5.5 Perbedaan Antara Bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung Berdasarkan Manfaat dan Keunggulan Merek

Berdasarkan hasil pengujian *Independent sampel T test* adanya perbedaan citra merek pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang sama pada bioskop XXI Mall Boemi Kedaton dan CGV Cinemas Transmart Bandar Lampung berdasarkan variabel Manfaat dan Keunggulan Merek dimana konsumen memiliki pandangan bahwa bioskop XXI Mall Boemi Kedaton lebih baik dari CGV Cinemas Transmart Bandar

Lampung jika dilihat dari harga yang ditawarkan pada bioskop sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, bioskop berada ditempat yang mewah, fasilitas yang diberikan bioskop baik. Hal ini ditunjukkan dengan perbedaan nilai mean yang signifikan dimana bioskop XXI Mall Boemi Kedaton memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi yaitu sebesar 12.06 dibandingkan dengan CGV Cinemas Transmart dengan rata-rata skor sebesar 11.23.