

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth*, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam memilih Film Nasional. Permasalahan penelitian merujuk pada fenomena bisnis di Industri Perfilman Nasional. Oleh karenanya permasalahan penelitian ini adalah: bagaimana meningkatkan keputusan konsumen untuk menonton film nasional di bioskop dengan cara mengetahui perilaku konsumsi saat ini.

Penelitian ini mempergunakan 100 responden sebagai sampel dan keseluruhan responden adalah Mahasiswa program S1 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner *online* yang diisi oleh konsumen. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Penelitian ini menghasilkan persamaan regresi : $Y = 0,394X_1 + 0,235 X_2 + 0,237 X_3$. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan memilih film nasional dapat dijelaskan oleh variabel *Word Of Mouth*, Distribusi, dan Promosi 30,3%, sedangkan sisanya sebesar 69,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar keempat variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Word Of Mouth*, Distribusi, Promosi.