

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Theory of Planned Behavior* ( Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dirasakan), e-Wom, Keterlibatan Konsumen pada Niat Menonton Film Indonesia di Bioskop. Penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarluaskan secara daring dan mendapatkan 654 responden, namun sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah 605 responden. Sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah responden yang telah memenuhi kriteria yaitu berusia diatas 18 tahun dan pernah menonton film Indonesia di Bioskop. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan pengujian hipotesis menggunakan *partial least square structural equation model* dengan menggunakan software SmartPLS.

Hasil Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap Terhadap Perilaku berperan positif dalam meningkatkan Niat Menonton Film Indonesia di Bioskop. Norma Subjektif memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada Niat Menonton Film Indonesia di Bioskop. Sedangkan Kontrol Perilaku yang Dirasakan memiliki pengaruh positif pada Niat Menonton Film Indonesia di Bioskop. Namun dalam penelitian ini menemukan bahwa e-WOM (*Electronic Word-of-Mouth*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada Niat Menonton Film Indonesia di Bioskop, Selain itu pada penelitian ditemukan bahwa Keterlibatan Konsumen (*Consumer Involvement*) berpengaruh positif pada Niat Menonton Film Indonesia di Bioskop, Temuan ini menunjukkan bahwa Keterlibatan Konsumen yang lebih tinggi terhadap film Indonesia bisa menjadi pendorong utama bagi penonton untuk memilih menonton film Indonesia di bioskop.

**Kata Kunci :** *Theory of Planned Behavior* (TPB), e-WOM, Keterlibatan Konsumen, Purchase Intention.

## ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of *Theory of Planned Behavior* (Attitude Towards Behavior, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control), e-Wom, Consumer Involvement on the Intention to Watch Indonesian Films in Cinemas. This study used a questionnaire distributed online and obtained 654 respondents, but the sample used in this study was 605 respondents. The sample used in this study were respondents who had met the criteria, namely being over 18 years old and had watched Indonesian films in cinemas. The sampling technique used was purposive sampling with data analysis techniques using descriptive statistical analysis with a quantitative approach and hypothesis testing using a partial least square structural equation model using SmartPLS software.

The results of this study indicate that Attitude Towards Behavior plays a positive role in increasing the Intention to Watch Indonesian Films in Cinemas. Subjective Norms have an insignificant effect on the Intention to Watch Indonesian Films in Cinemas. While Perceived Behavioral Control has a positive effect on the Intention to Watch Indonesian Films in Cinemas. However, this study found that e-WOM (Electronic Word-of-Mouth) does not have a significant effect on the Intention to Watch Indonesian Films in Cinemas. In addition, the study found that Consumer Involvement has a positive effect on the Intention to Watch Indonesian Films in Cinemas. This finding indicates that higher Consumer Involvement towards Indonesian films can be the main driver for viewers to choose to watch Indonesian films in cinemas.

**Keyword :** *Theory of Planned Behavior* (TPB), e-WOM, Consumer Involvement, Purchase Intention.