

Kajian perkembangan penelitian pemasaran film / Nuryadi Wijiharjono

Nuryadi Wijiharjono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20470355&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan kajian ini adalah untuk mengemukakan skema konseptual yang paling mungkin dalam penelitian pemasaran film. Berdasarkan telaah atas beberapa jurnal internasional terkemuka, banyak faktor yang saling berhubungan dalam konsumsi film sehingga penggunaan penelitian kuantitatif saja kurang mencukupi dalam menjelaskan fenomena konsumsi film. Faktor-faktor seperti keterlibatan secara personal dengan narasi dan karakter film layak untuk diteliti. Beberapa teori yang digunakan oleh para penulis artikel jurnal yang ditelaah dalam tulisan ini, adalah teori perilaku konsumen, teori pemasaran, teori kognitif, teori komunikasi, teori dinamika kelompok, dan fenomenologi-eksistensial. Sebanyak. Metode analisis pada kelima artikel (kuantitatif) menggunakan alat statistik regresi. Data yang digunakan pada kelima artikel (kuantitatif) adalah data sekunder. Hanya pada pendekatan kualitatif (fenomenologis) yang menggunakan data primer, langsung dari pengalaman konsumen.