

## ABSTRAK

Perkembangan Bioskop di Indonesia menghadapi banyak tantangan dari dalam berbagai segi aspek, dari semakin banyaknya muncul berbagai macam jenis hiburan yang baru . Dari kemajuan teknologi sendiri, Perkembangan Bioskop ini menghadapi tantangan yang langsung bisa mempengaruhi seseorang individu dalam mengambil keputusannya dalam akan menonton film, dimana telah menjamurnya televisi berlangganan di Indonesia dan disertai dengan beredar luasnya VCD dan DVD baik original maupun bajakan disertai mudahnya untuk melakukan *Download* dari dunia maya.

Oleh karena ini, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam ini harus memiliki kiat-kiat khusus agar bisa bertahan sehingga menawarkan suatu *experience* kepada para penontonnya sehingga penonton tersebut puas dan bisa kembali menonton (*repeat*) bioskop tersebut.

Blitzmegaplex, yang belum lama ini berdiri, sudah memiliki 3 bioskop di Indonesia, mencoba menawarkan suatu *experience* berbeda dalam menonton film di bioskop.

Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan persepsi konsumen pada saat sesudah menonton di Blitzmegaplex dibandingkan dengan menonton di bioskop lainnya. dan mengklarifikasinya menjadi sebuah kelebihan /kekurangan dari Blitzmegaplex dengan berdasarkan penerapan modul *Experience Marketing*.

*Experiential Marketing*, yaitu suatu pendekatan pemasaran yang mengupayakan agar para konsumen memiliki suatu pengalaman yang tak terlupakan ketika akan, sedang atau telah membeli suatu produk atau jasa. Caranya adalah

dengan menyentuh sisi emosional konsumen lebih dalam lagi, bukan lagi sekadar sisi rasionalnya.

Untuk memperoleh hasil analisa yang maksimal, maka dilakukan beberapa survei untuk mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap *experience* yang selama menonton di Blitzmegaplex yang mencakup profil responden, perilaku/kebiasaan menonton dan penilaian konsumen terhadap *experience provider* yang di susun berdasarkan Penerapan *Strategy Experience Modules (SEM's)*.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, dapat diidentifikasi *experience* apa saja yang tercipta didalam Blitzmegaplex sehingga dapat menjadikan masukan untuk Blitzmegaplex dalam pengembangannya ke depan.

**Kata kunci : Blitzmegaplex, persepsi konsumen, *experience*, *Experience Marketing experience provider, Strategy Experience Modules (SEM's)***