

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan agar para pemasar mengetahui bahwa stimulus sederhana yang dapat dikembangkan untuk dapat meraih hati para konsumen untuk minat beli tiket pertunjukan seni tari tradisional. Yakni tentang analisa Estetika Keindahan dan Promosi terhadap minat beli tiket tari tradisional di Gedung sawunggaling Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu, penelitian yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sampel pada penelitian ini adalah penonton yang menonton pertunjukan seni tari tradisional di Gedung Pertunjukan sawunggaling Universitas Negeri Surabaya. sampel responden dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dan tepatnya *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan *software* SPSS 15.0. setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel Estetika Keindahan 0,247 dan Variabel Promosi 0,279. Dan nilai uji F sebesar $F_{hitung} (9,240) > F_{tabel} (1,880)$ yang artinya variabel Estetika Keindahan dan Variabel Promosi secara simultan mempengaruhi Minat Beli Tiket. Hasil uji t Estetika Keindahan bernilai $t_{hitung} (2,224) > t_{tabel} (1,880)$ dan variabel Promosi bernilai $t_{hitung} (3,382) > t_{tabel} (1,880)$, yang artinya variabel Estetika Keindahan dan Variabel Promosi mempengaruhi Minat Beli Tiket secara parsial.

Kata kunci : Estetika Keindahan, Promosi, Minat Beli Tiket, Seni Tari Tradisional

ABSTRACT

This research is intended so that marketers know that a simple stimulus can be developed to be able to reach the hearts of consumers for interest in buying tickets for traditional dance performances. Namely about aesthetic analysis of beauty and promotion of interest in buying traditional dance tickets at the sawunggaling building in Surabaya State University (UNESA). This research was conducted using a quantitative approach, namely, research that focuses on testing hypotheses with statistical method analysis tools and produces generalizable conclusions. The sample was conducted by ininadal spectators who watched traditional dance performances at the Sawunggaling Performance Hall, Surabaya State University. The sample of respondents in this study uses probability sampling and precisely simple random sampling is a sampling technique that provides equal opportunities for each population element to be selected as a sample. The test tool used is a multiple linear regression analysis technique with SPSS 15.0 software. after testing the proposed hypothesis, the regression coefficient value of the Beauty Aesthetic variable 0.247 and the Promotion Variable 0.279 is obtained. And the F test value is $F_{\text{Count}} (9.240) > F_{\text{table}} (1.880)$, which means the Beauty Aesthetic variable and Promotional Variables simultaneously affect the Interest in Buying Tickets. The t-test results for beauty aesthetics are $t_{\text{count}} (2.224) > t_{\text{table}} (1.880)$ and the promotion variable is $t_{\text{count}} (3.382) > t_{\text{table}} (1.880)$, which means that the Beauty Aesthetic and Promotional Variables affect the interest in buying tickets partially.

Keywords: Beauty Aesthetics, Promotion, Interest in Buying Tickets, Traditional Dance