

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bioskop merupakan wadah bagi masyarakat untuk menikmati pertunjukkan film, dimana penonton mencurahkan segenap perhatiannya dan perasaannya pada gambar hidup yang disaksikan. Penonton akan menyaksikan suatu cerita yang seolah tampak nyata pada hadapannya. Bioskop merupakan salah satu dari banyak *alternative* seseorang untuk berekreasi. Ketajaman dan efek bunyi pada bioskop pun sangat menentukan kepuasan penonton yang sedang menyaksikan sebuah pertunjukan film. Penataan akustik ruang pun perlu dilakukan agar dampak suara yang dihasilkan bisa menunjang pertunjukan film yang sedang di putar. Akustik ruang artinya bentuk serta bahan dalam suatu ruangan yang terkait menggunakan perubahan bunyi yang terjadi (Joko Sarwono, 2009). Pengolahan akustik ruang dalam gedung pertunjukan memsugesti kualitas dampak dan kejelasan bunyi dari pertunjukan yang sedang ditayangkan. Banyak faktor yang wajib dipertimbangkan dalam perancangan akustik ruang bioskop yang harus dipenuhi sesuai dengan manfaatnya, agar kualitas pertunjukan yang optimal mampu tercapai. Selain itu nilai-nilai yang meliputi aspek estetika, kenyamanan dan keamanan juga penting untuk diperhatikan. Penataan ruang dapat mendukung pada kualitas bunyi (akustik) dan estetika (nilai estetik) harus terpenuhi, mirip penataan properti, penataan dan pemilihan material yang sempurna. Semenjak bioskop pertama di Karawang tutup resinda melihat peluang dan membuka bioskop XXI pertama di karawang menyediakan studio regular dan The Premier. Pada kota Karawang, berasal dari beberapa bioskop yang ada yang relatif indah pada pengeloaan ruang dan tata akustiknya ialah Cinema XXI. Salah satunya adalah yang berada di Resinda park mall yang relatif banyak pengunjungnya. Bioskop ini telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas sarana nyaman pengunjung baik secara fisik maupun secara akustik. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian untuk mendeskripsikan penataan ruang bioskop, sehingga bisa dikategorikan sebagai gedung bioskop yang representatif.

Berasal keluarnya bioskop pada indonesia semakin banyaknya bioskop di daerah daerah eksklusif dapat disimpulkan serta di jelaskan



Gambar 1.1
Minat Nonton film Indonesia
Sumber: IDN TIMES, 2019

KARAWANG

Dari data di atas dapat di lihat bahwa seberapa besar minat penonton terhadap menonton film dikutip dari idn times responden tercatat berasal dari berbagai daerah di indonesia dari hasil survey yang IDN Times dapatkan, sebagian besar masih terpusat di Pulau Jawa. Paling banyak yaitu Jawa Timur dengan 31,4 persen, Jawa Barat menyusul dengan responden terbanyak 14,6 persen, DKI Jakarta 14,4 persen, Jawa Tengah 10 persen dan DIY 7,8 persen.



Gambar1.2
Jumlah Layar Bioskop
 Sumber: *data.tempo.co,2020*

Bioskop XXI atau orang menyebut nama bioskop ini dengan kata XXI *twenty one* nama resmi bioskop sebenarnya adalah cinema XXI dan nama perusahaannya Cineplex 21, bioskop ini berada di bawah naungan PT Nusantara Sejahtera Raya, merupakan sekelompok bioskop terbesar yang ada di Indonesia dan sudah berdiri sejak tahun 1987.

Bioskop ini sudah banyak memiliki jaringan bioskop yang tersebar di seluruh Indonesia dan terdapat di kota-kota besar di Indonesia. Perkembangannya pun sangat begitu pesat karena telah melahirkan 1.216 layar di 226 lokasi bioskop yang tersebar di seluruh Indonesia. Cinema akan terus berkembang untuk mencapai target 2.000 layar dalam lima tahun ke depan.

Salah satu faktor yang dapat memutuskan keputusan pembelian terhadap tiket XXI adalah dari kualitas pelayanan, struktur bangunan, kebersihan, kenyamanan. Maka cinema XXI ini mampu membuat pembeli tiket nonton sebagai tempat atau wadah yang sangat cocok untuk bersantai, menghabiskan waktusingkat untuk diri sendiri, menonton bersama teman.

Kepuasan pelanggan dengan kualitas dapat dinilai dari segi kualitas yang di berikan, bentuk fisik yang terlihat tersebut menciptakan kepuasan konsumen.

Salah satu tujuan perusahaan ialah terciptanya kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang kita jual, ialah meningkatkan loyalitas pelanggan dan setia. Setiap produk atau jasa yang kita jual direkomendasikan kepada orang lain dengan begitu perusahaan harus memahami dan mendalami keinginan, kebutuhan konsumen dan juga harapannya sehingga terciptalah kepuasan konsumen. Setelah memutuskan pembelian pasti konsumen akan merasakan apakah puas atau tidak puas nya terhadap pembelian nya tersebut.

Menurut peristiwa diatas hasil pra survei yang dilakukan terhadap 30 mahasiswa dan mahasiswi manajemen angkatan 2018 yang menonton film di Cinema XXI Resinda Park Mall Karawang tentang memberikan pelayanan kepuasan pelanggan melalui indikator pencarian informasi diperoleh hasil sebagai berikut :



Sumber: Data Primer diolah (2022)

Gambar 2.1

Hasil Pra Survei Tentang Memberikan Pelayanan Sesuai dengan Tugas dan Tanggung jawabnya di Cinema XXI Resinda Park Mall

Berdasarkan gambar 1 tentang memberikan pelayanan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya di cinema XXI Resinda Park Mall sebanyak 93,3% atau 28 orang mengatakan Ya atau sudah sesuai dengan memberikan pelayanan di Cinema XXI Resinda Park Mall, sedangkan 6,7% atau 2 orang mengatakan tidak atau belum sesuai dengan pelayanan yang di berikan di Cinema XXI Resinda park mall. Hasil pra survei pada Gambar 1 dapat menggambarkan masalah kualitas Pelayanan di bioskop XXI Resinda Park Mall.

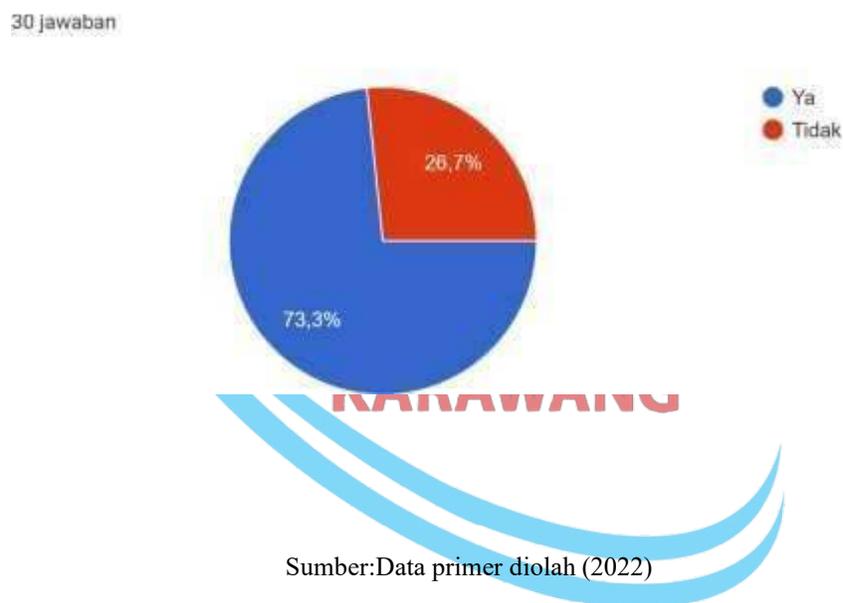
Perusahaan dalam menjual produk jasa nya harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang membentuk para konsumen merasa terpenuhi kebutuhan dan harapannya nya salah satunya dengan meberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar merasa nyaman serta sangat mempengaruhi terhadap minat pembelian ulang produk jasa. Menurut Feigenhaum (dalam M.N Nasution dan Eka 2013:37), kualitas pelayanan adalah kepuasan  pelanggan sepenuhnya (*Full Customer Satisfaction*).

Pelayanan termasuk kedalam factor penting dalam menciptakan rasa kepuasan dan memberikan yang terbaik kepada konsumen untuk memberikan akhir atau *feedback* yang positif. Jika produk jasa yang di tawarkan sudah cukup bagus tetapi apabila kualitas pelayanan yang diberikan masih jauh dari kata baik maka tetap produk jasa yang di tawarkan akan dinilai masih kurang bermutu di mata para konsumen. Hal ini di dukung dalam penelitian yang telah di lakukan oleh Ella Laela (2021) berjudul “Kualitas Makanan Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta” yang menyebutkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang

Pemasaran dalam sebuah perusahaan untuk mencapai tujuannya harus memiliki kualitas pelayanan yang baik pula agar dapat meraih konsumen lebih banyak lagi. Menurut pendapat para ahli adalah sebagai berikut: Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2016:157) terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang di terima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang di harapkan maka jasa dapat dikatakan baik atau positif. Jika *Perceived service* melebihi *expected service* maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service* maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:324) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk memperoleh sebuah produk atau jasa atau Konsumen menukarkan sejumlah nilai untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau manfaat asal suatu produk atau jasa.

Hasil pra survei yang dilakukan terhadap 30 mahasiswa dan mahasiswi manajemen angkatan 2018 yang menonton film di Cinema XXI Resinda Park Mall Karawang tentang kesesuaian harga yang di tetapkan dengan manfaat atau kepuasan yang di dapat ketika menonton diperoleh hasil sebagai berikut:

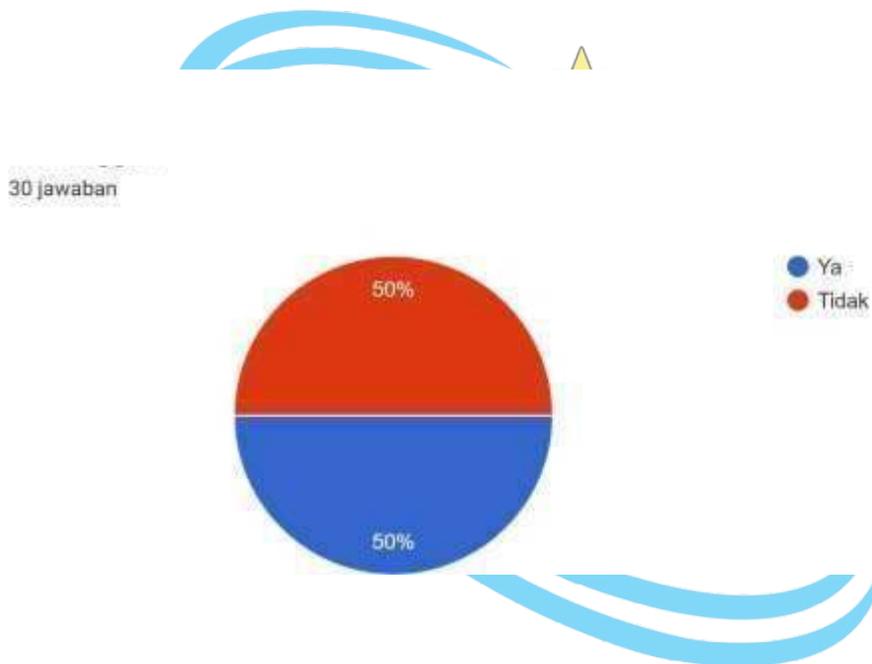


Gambar 2.2

Hasil Pra Survei Tentang Kesesuaian Harga yang di Tetapkan dengan Manfaat atau Kepuasan Yang di dapat ketika menonton

Berdasarkan diagram 2 Hasil Pra Survei Tentang Kesesuaian Harga yang di Tetapkan dengan Manfaat atau kepuasan yang didapat ketika Menonton Cinema XXI Resinda Park Mall, sebanyak 73,3% atau 22 orang mengatakan bahwa harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh ketika menonton di Resinda Park Mall, sedangkan sisanya sebanyak 26,7% atau 8 orang mengatakan tidak sesuai. Dengan hasil pra survei tersebut dapat menjadi pertimbangan pada permasalahan persepsi harga yang terjadi di Bioskop Cinema XXI Resinda Park Mall .

Sarana yang tersedia menjadi faktor penting dan berpengaruh dalam kualitas pelayanan publik sehingga konsumen merasa nyaman dan dapat dinikmati jika sarana yang tersedia itu lengkap.



Sumber: Data primer diolah (2022)

Gambar 3.1

Hasil Pra Survei Tentang Kepuasan Layanan Tempat Untuk menunggu di Cinema XXI Resinda Park Mall

Berdasarkan diagram 3 Hasil Pra Survei Tentang Kepuasan Layanan tempat Untuk Menunggu di Cinema XXI Resinda Park Mall, sebanyak 50% atau 15 orang mengatakan Ya atau puas terhadap kualitas layanan fisik tempat untuk menunggu di Cinema XXI Resinda Park Mall, sedangkan sebanyak 50% atau 15 orang mengatakan tidak puas terhadap kualitas layanan fisik ruang tunggu di Cinema XXI Resinda Park Mall Karawang. Dengan hasil survei tersebut dapat mendukung permasalahan kualitas layanan fisik tempat menunggu yang terjadi di bioskop Cinema XXI Resinda Park Mall .

Pada dasarnya fasilitas yang di berikan oleh bioskop Cinema XXI Resinda Park Mall tidak tampak kekurangan, pegawai yang tersedia, infrastruktur bangunan fisik yang baik. Hanya saja keadaan kursi yang diperuntukan bagi penonton yang menunggu di ruang tunggu masih belum memenuhi fasilitas pelayanan yang memadai untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Seperti masih sedikitnya tempat duduk di ruang tunggu, menyebabkan sebagian orang menunggu di luar area bioskop . Kota Karawang yang merupakan sebutan kota lumbung padi merupakan kota industry yang memiliki gaji UMR paling tinggi di Jawa barat. Untuk harga masih menjadi pilihan masyarakat dalam melakukan pembelian. Harga yang di tetapkan oleh penjual pun akan berpengaruh terhadap perilaku keputusan pembelian konsumen.

KARAWANG Tabel 1.1

**Data perbandingan harga Cinema XXI Resinda Park Mall dengan Cinema XXI Mall
Karawang di kota Karawang Periode 2022**

| No | Hari | XXI Resinda Park Mall | XXI Mall Karawang |
|----|---------------------------|--------------------------|-------------------------|
| 1 | Senin – Kamis | Rp 35.000,- | Rp 25.000 |
| 2 | Jumat | Rp 40.000,- | Rp 30.000,- |
| 3 | Sabtu-Minggu / Hari libur | Rp 50.000,- | Rp 40.000,- |

Sumber: jadwalnonton.com

Dari table 1 diatas kita dapat lihat bahwa perbandingan selisih harga diantara kedua *table* tersebut. Untuk bioskop Cinema XXI Resinda Park Mall terlihat lebih mahal dari pada bioskop Cinema XXI Mall Karawang. Seperti yang sudah di lihat di atas dari hari senin hingga kamis selisihnya sebesar Rp 10.000,. Pada di hari Jumat hingga Sabtu - Minggu (Weekend) selisihnya 10.000,- hingga 20.000,- dengan kualitas film yang di berikan relative sama. selain itu Cinema XXI juga suka mengadakan promo Cash back 50% hingga Rp 20.000,- dengan menggunakan via pembayaran *e-wallet Gopay* dan juga dengan pengguna yang status rekening sudah aktif debit Jenius mengadakan beli 1 tiket bonus 1 tiket untuk studio premier cinema XXI berlaku setiap sabtu dan minggu dari tanggal 10-31 Januari 2022 (sumber:personalfinance.kontan.co.id) atau dengan kartu debit bank lainya seperti bank BRI dengan pembelian 2 tiket dapat gratis popcorn dan minuman mulai pada periode 01/05/2022 sampai dengan 08/05/2022 (sumber:katalogpromosi.com)

Secara luas pandangan harga terhadap suatu pembelian ialah pertimbangan yang sangat penting bagi sebagian orang, seperti kalimat yang sudah sering di dengar ialah ada harga ada kualitas Seperti yang dijelaskan (Philip Kotler, 2008) harga merupakan aspek yang paling penting dalam menetapkan keputusan para pembeli. Hasil penelitian yang dilakukan Risa Mustika sari (2021) yang berjudul pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (survey pelanggan produk spreid rise) menyatakan bahwa harga serta Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan pada keputusan suatu pembelian. Sudah menjadi rahasia umum bahwa harga merupakan satu faktor penting dari banyaknya faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam menentukan pilihan pembelian.

Berdasarkan fenomena diatas dan adanya perbedaan hasil penelitian, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bioskop Cinema XXI Resinda Park Mall Karawang”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah kemukakan maka perlu bagi peneliti masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Kualitas Pelayanan atau service yang di berikan pihak cinema XXI kepada pelanggan masih belum sempurna
2. Terdapat pesaing baru yang membuat konsumen selektif memutuskan pembeliann tiket.
3. Varian kursi yang ditawarkan XXI Resinda Park Mall masih kurang banyak, XXI hanya menawarkan kursi biasa dan premiere dengan kasur
4. Memaksimalkan kebersihan yang ada di studio maupun di kursi penonton
5. Masih banyak penonton yang belum puas atas ketersediaan kursi menunggu untuk menonton.
6. Hanya memiliki satu studio premiere yang di sediakan XXI Resinda Park Mall
7. Kurangnya tempat makan di café XXI Resinda Park Mall.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini:

1. Dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga di berikan kepada pelanggan bioskop XXI Resinda Park Mall .
2. Penelitian dilakukan hanya pada yang pernah menonton diCinema XXI Resinda Park Mall
3. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang
4. Data yang digunakan merupakan data primer yang didapatkan menggunakan metode wawancara dan observasi secara langsung.
5. Variabel yang di teliti yaitu Kualitas pelayanan (X1) Harga (X2) Kepuasan pelanggan (Y) dengan jumlah responden 30 responden

1.5 Perumusan Masalah

Dari permasalahan dan identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada konsumen di bioskop cinema XXI Resinda Park Mall Karawang?
2. Bagaimana Harga pada konsumen di bioskop cinema XXI Resinda Park Mall Karawang?
3. Bagaimana Kepuasan Pelanggan pada konsusmen di bioskop cinema XXI Resinda Park Mall Karawang?
4. Apakah terdapat pengaruh parsial pada Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di bioskop cinema XXI Resinda Park Mall Karawang ?
5. Apakah terdapat pengaruh parsial pada Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di bioskop cinema XXI Resinda Park Mall ?
6. Apakah secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bioskop cinema XXI Resinda Park Mall ?

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan bioskop cinema XXI di Resinda Park Mall Karawang.
2. Untuk mengetahui menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan tiket bioskop cinema XXI di Resinda Park Mall Karawang.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan menganalisis dan membahas pengaruh secara parsial kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan Cinema XXI di Resinda Park Mall Karawang
4. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga terhadap kepuasan pelanggan di cinema XXI di Resinda Park Mall Karawang
5. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap

- kepuasan pelanggan di bisokop cinema XXI Resinda Park Mall Karawang
6. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di cinema XXI Resinda Park Mall Karawang
 7. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga terhadap kepuasan pelanggan di cinema XXI di Resinda Park Mall Karawang
 8. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bisokop cinema XXI Resinda Park Mall Karawang
 9. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di cinema XXI Resinda Park Mall Karawang

1.7 Manfaat Penelitian

Adapun Kegunaan atau manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penulisan ini sebagai prasyarat bagi penulis untuk meraih gelar Sarjana pada Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang dan hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah pengetahuan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu masukan bagi XXI Resinda Park Mall di dalam penjualan tiket. Dari segi teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan tentang seni rupa pada umumnya dan desain interior pada khususnya.

3. Bagi Umum

Penelitian ini dapat digunakan untuk bahan perbandingan dan referensi penelitian selanjutnya

1.7.1 Manfaat Teoritis

- 1 Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang luas, serta sebagai sarana bagi dalam menerapkan ilmu yang telah didapatkan di perkuliahan khususnya dibidang pemasaran.
- 2 Memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkenaan dengan Kualitas pelayanan, Harga, dan Kepuasan pelanggan.

- 3 Menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman serta dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan, bahan diskusi dan bahan kajian lanjutan bagi pembaca tentang masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

1.7.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini bagi perusahaan dapat menjadi wacana referensi bagi penentuan kebijakan-kebijakan perusahaan serta dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam evaluasi Kepuasan pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan.

1. Dari penelitian kualitas pelayanan ini diharapkan dapat memberikan sumbang perbaikan pelaksanaan kualitas pelayanan pada jasa di bioskop cinema XXI *Resinda Park Mall* Karawang.
2. Dari penelitian pengaruh parsial kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan ini diharapkan dapat memberikan sumbang teori kualitas pelayanan akibat adanya pengaruh parsial dari harga dan kepuasan pelanggan

