

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. Latar Belakang Pemilihan Judul**

Pada perkembangan zaman sekarang menonton bioskop sudah menjadi *life style* atau gaya hidup masyarakat perkotaan. Bioskop sudah menjadi salah satu tempat hiburan untuk menghabiskan waktu bersama orang-orang terdekat. Apalagi dengan terintegrasinya ruang pertunjukan film dengan pusat perbelanjaan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Pasalnya, kian hari menonton di bioskop seakan menjadi kebutuhan khusus seperti kebutuhan konsumsi barang lainnya. Disamping itu pengusaha bioskop juga menampilkan fasilitas pelayanan yang semakin memanjakan bagi konsumen. Pihak bioskop menyediakan lobby tunggu yang nyaman sehingga konsumen tidak jenuh saat akan menunggu film yang akan di tayangkan pada auditorium bioskop.

Di Kota Palembang sendiri telah berdiri beberapa bioskop besar yaitu, Cinemaxx, Cinema XXI, Cinema 21 dan CGV Cinemas. Bioskop tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda, seperti lokasi bioskop, interior bangunan yang berbeda dan konsep bioskop yang berbeda-beda pada setiap lobby tunggu bioskop. Pelayanan dan fasilitas bioskop yang mempunyai tersebut telah menjadikan bioskop yang sangat digemari oleh semua kalangan masyarakat, mulai dari pelajar, mahasiswa bahkan orang tua. Karena itu perlu diperhatikan usaha-usaha pemasaran dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif dan perkembangan perusahaan melalui konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen.

Dengan semakin berkembangnya bioskop di Kota Palembang maka akan menimbulkan persaingan yang ketat untuk mendapatkan konsumen. Dalam persaingan yang sangat ketat ini, setiap bioskop harus memiliki keunggulan yang berbeda-beda dari tempat atau lokasi, film, tempat duduk, bahkan makan dan minuman yang akan di jual pada outlet-outlet bioskop.

Situasi seperti ini tentunya akan menimbulkan persaingan diantara para perusahaan, terutama bila produk yang ditawarkan adalah produk yang sejenis. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memiliki strategi dan kebijakan yang

tepat untuk mampu bertahan dan memenangkan persaingan tersebut, disamping sasaran dan target yang ingin dicapai sebelumnya. Perusahaan harus berlomba untuk menghasilkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, ini berarti konsumen akan dihadapkan pada banyak pilihan produk dan jasa yang ingin ditawarkan oleh perusahaan.

Dari persaingan-persaingan di atas, maka perusahaan selalu memberikan produk dan jasa yang terbaik kepada konsumen agar para konsumen tidak beralih ke tempat lain, sehingga manajemen yang dikelola oleh pihak biskop harus menawarkan alternatif produk selain film dan *service* yang sangat baik.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh pihak perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk, maka konsumen akan beranggapan bahwa perusahaan tersebut kurang profesional dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Seperti yang dikatakan Willkie (1990) yang dikutip Tjiptono (2011:433), mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian evaluatif punabeli manyangkut pilihan pembelian fisik.

Penentuan kepuasan konsumen itu sendiri dapat dilihat dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Ada 5 (lima) dimensi yang akan menjadi tolak ukur untuk mengetahui kepuasan konsumen, dimensi-dimensi tersebut meliputi *tangible*, *responsiveness*, *reability*, *Assurance* dan *empathy* menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:182).

Pelayanan jasa merupakan sebuah pelayanan yang tidak berwujud yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Pelayanan tersebut tidak dapat dilihat, akan tetapi pelayanan jasa tersebut hanya dapat dirasakan manfaatnya oleh setiap konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Salah satu pelayanan jasa yang diberikan oleh CGV Cinemas Palembang Trade Center merupakan salah satu bioskop yang memberikan pelayanan jasa tidak hanya kepada orang-orang tertentu, melainkan semua kalangan untuk dinikmati oleh semua orang.

Pelayanan jasa yang diberikan oleh CGV Cinemas Palembang Trade Center ada beberapa tipe auditorium yang dibedakan menjadi 2 (dua) jenis auditorium yaitu, auditorium reguler yang digabungkan dengan sweet box dan auditorium satin class. Fasilitas yang ditawarkan di auditorium satin class dengan auditorium reguler tetap sama hanya memiliki perbedaan di sofa yang besar yang memiliki sandaran kaki dan tersedianya stop kontak untuk charger hp (*handphone*) dan *service button* yang memungkinkan pemesanan makanan dan minuman dari dalam auditorium sedangkan di auditorium reguler memiliki kursi sofa yang berukuran standar dan tidak dilengkapi oleh stop kontak untuk mencharger serta tidak dilengkapi dengan *service button*. Sedangkan pada sweet box memiliki kursi bersekat berwarna merah dengan tagline.

CGV Cinemas Palembang Trade Center adalah salah satu bioskop kekinian dengan fasilitas ruang tunggu yang memiliki interior menarik, sehingga ketika penonton (konsumen) sedang menunggu pemutaran film tidak akan bosan karena di ruang tunggu CGV Cinemas Palembang Trade Center menyediakan kursi tunggu yang terbuat dari kayu dan interior dinding yang menarik dengan berbagai macam gambar sehingga sangat bagus untuk tempat mengambil foto untuk diabadikan. CGV Cinemas Palembang Trade Center memiliki 7 auditorium, 1 auditorium satin class, 6 auditorium reguler class dan sweetbox yang terdiri dari 64 kursi satin class, 199 kursi reguler class dan 20 set kursi sweetbox. Berikut data pengunjung bioskop CGV Cinemas Palembang Trade Center.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pengunjung Bioskop CGV Cinemas Palembang Trade Center**

| No. | Bulan    | Jenis Auditorium |          |             | Jumlah |
|-----|----------|------------------|----------|-------------|--------|
|     |          | Reguler Class    | Sweetbox | Satin Class |        |
| 1.  | Desember | 8.059            | 2.300    | 2.500       | 12.859 |
| 2.  | Januari  | 7.875            | 2.075    | 2.350       | 12.300 |
| 3.  | Februari | 8.015            | 2.400    | 2.485       | 12.900 |

Sumber : CGV Cinemas Palembang Trade Center (Tahun 2019)

Berdasarkan data yang telah didapatkan, penulis ingin melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan konsumen pada CGV Cinemas Palembang Trade Center. Melalui Laporan Akhir ini penulis ingin mengetahui tingkat kepuasan konsumen bioskop CGV Cinemas Palembang Trade Center terhadap kualitas pelayanan jasa pada konsumen, karena itu penulis mengambil **“Tingkat Kepuasan Konsumen Bioskop Terhadap Kualitas Pelayanan Pada CGV Cinemas Palembang Trade Center”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan mengenai kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen bioskop terhadap kualitas pelayanan pada CGV Cinemas Palembang Trade Center?
2. Dimensi manakah yang paling dominan dalam menentukan kepuasan konsumen?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan, lebih jelas, dan dapat dilakukan secara maksimal. Maka penulis akan membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada CGV Cinemas Palembang Trade Center.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan**

Berdasarkan dengan penelitian diatas maka tujuan penulisan

Laporan Akhir ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen bioskop terhadap kualitas pelayanan di CGV Cinemas Palembang Trade Center.

2. Untuk mengetahui dimensi manakah yang paling dominan untuk menentukan kepuasan konsumen di CGV Cinemas Palembang Trade Center.

#### **1.4.2 Manfaat**

1. Bagi CGV Cinemas Palembang Trade Center
  - a. Sebagai sarana atau masukan untuk CGV Cinemas Palembang Trade Center dalam mengetahui tingkat kepuasan konsumen bioskop.
  - b. Bisa mengetahui dimensi mana yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada CGV Cinemas Palembang Trade Center.
2. Bagi Penulis
 

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Manajemen Pemasaran.
3. Bagi Pihak Lain
 

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber referensi bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

### **1.5 Metodeologi Penelitian**

#### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penulis melakukan penelitian pada konsumen bioskop CGV Cinemas Palembang Trade Center yang beralamat di Jalan R. Sukanto No. 8 Lantai 3, 20 Ilir Palembang, dalam penulisan laporan akhir ini hanya meneliti mengenai tingkat kepuasan konsumen bioskop terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan CGV Cinemas Palembang Trade Center terhadap konsumen, sesuai dengan dimensi yang terdiri *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan

*Empathy* yang akan mempengaruhi kepuasan pelayanan konsumen bioskop CGV Cinemas Palembang Trade Center.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Menurut Yusi dan Idris (2009:103), adapun jenis data berdasarkan cara memperolehnya, yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari obyeknya. Data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantaraan) dengan cara membuat kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Bioskop CGV Cinemas Palembang Trade Center.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk data. Data ini diperoleh dari studi kepustakaan dan data yang telah diolah CGV Cinemas Palembang Trade Center seperti sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi dan pembagian kerja.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Riset Lapang**

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan secara langsung ke lokasi perusahaan yang dijadikan objek penelitian dengan maksud agar dapat mengetahui sejauh mana penerapan teori dan prakteknya.

Adapun teknik yang penulis gunakan untuk mendapatkan data tersebut dengan cara:

##### **a. Observasi**

Menurut Creswell dikutip dalam Sugiyono (2016:235), Merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati

orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian. Melalui observasi secara langsung, penulis bisa mengamati dan memahami kondisi secara umum di CGV Cinemas Palembang Trade Center.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2008:199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawabnya. Respondennya yaitu konsumen CGV Cinemas Palembang Trade Center, guna mendapatkan data dan informasi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang diberikan oleh CGV Cinemas Palembang Trade Center.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mencari sumber data dari berbagai tulisan baik jurnal ilmiah, buku-buku yang berhubungan dengan penulisan laporan akhir sebagai referensi untuk mendapatkan keterangan secara tertulis sebagai bahan masukan penelitian yang tidak terdapat pada objek yang diteliti.

#### **1.5.4 Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Menurut Kuncoro (dalam Yusi dan Idris, 2009:59), Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Dengan demikian yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada CGV Cinemas Palembang Trade Center.

2. Sampel

Menurut Yusi dan Idris (2016:46), Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penulisan laporan akhir ini yang dijadikan sampel adalah konsumen pada CGV Cinemas Palembang Trade Center. Data konsumen yang diambil untuk dijadikan sampel yaitu data selama satu bulan terakhir yaitu sebanyak 12.900 orang konsumen pada bulan

Februari 2019, lalu setelah dilakukan perhitungan data yang dibutuhkan yaitu sebanyak 100 orang konsumen. Untuk menghitung sampel yang ada dengan menggunakan rumus dari Slovin menurut Umar (2002:146), yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan: n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Taraf kesalahan (10%)

Perhitungan sample adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{12.900}{1+12.900(0,1)} = \frac{12.900}{130} = 99,23$$

Pada CGV Cinemas Palembang Trade Center dengan tingkat kelonggaran ketidak telitian kerana kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sebanyak 10% dari populasi, dengan harapan tingkat kesalahan semakin tinggi.

## 1.6 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2016:150), Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Nonprobability Sampling*, menurut Sugiyono (2015:154) *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Maka, salah satu teknik sampel ini adalah *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan cara sengaja atau merajuk langsung kepada orang yang dianggap dapat mewakili karakteristik populasi.

## 1.7 Analisis Data

Seperti yang dikemukakan oleh Bogdan yang dikutip oleh Sugiyono (2016:401), Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara



sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat dikonfirmasi kepada orang lain. Menurut Yusi dan Idris (2009:102) padateknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Metode Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena dalam statistik data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan.

b. Metode Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang dapat diukur dalam suatu skala numerik dan angka. Data kuantitatif dibedakan menjadi 2 yaitu data interval dan rasio. Data interval yaitu data yang diukur dengan jarak antara 0 sampai 100. Data tersebut diolah dengan menggunakan perhitungan persentase. Selain itu, dimana untuk mengetahui sejauh mana tingkat kinerja pelayanan jasa yang diberikan oleh CGV Cinemas Palembang Trade Center terhadap kualitas pelayanan, maka dalam penelitian ini akan menggunakan Skala Likert, dengan kriteria sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Skala Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan**

| No. | Jawaban                   | Skor |
|-----|---------------------------|------|
| 1.  | Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| 2.  | Setuju (ST)               | 4    |
| 3.  | Ragu-ragu (RG)            | 3    |
| 4.  | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| 5.  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |

Sumber : Riduwan (2010:39)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban ini akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada. Metode analisis ini menggunakan persentase karena metode ini digunakan untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden (konsumen bioskop CGV Cinemas

Palembang Trade Center) dengan menggunakan rumus Interpretasi Skor menurut Riduwan dan Akdon (2013:17-18), yaitu:

$$IS = \frac{\Sigma Skor Penelitian}{\Sigma Skor Ideal} \times 100\%$$

Keterangan: IS = Interpretasi Skor

$\Sigma$ Skor Penilaian = Jumlah Skor Penilaian

$\Sigma$ Skor Ideal = Jumlah Skor Ideal

Setelah menentukan persentase, maka kita dapat menggolongkan persentase tersebut kedalam kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Kriteria Interpretasi**

| No. | Skor/Angka | Interprestasi |
|-----|------------|---------------|
| 1.  | 0%-20%     | Sangat Rendah |
| 2.  | 21%-40%    | Rendah        |
| 3.  | 41%-60%    | Sedang        |
| 4.  | 61%-80%    | Tinggi        |
| 5.  | 81%-100%   | Sangat Tinggi |

Sumber : Riduwan, (2010:18)