

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Beberapa tahun belakangan ini, Indonesia mengalami krisis moneter yang menyebabkan bisnis di Indonesia melemah bahkan jatuh. Dampak dari krisis moneter yang telah terjadi menyebabkan banyak orang yang mengalami tingkat stres yang tinggi akibat dari rutinitas mereka sehari – hari yang menuntut mereka untuk bekerja keras demi kelangsungan hidup mereka.

Hal tersebut membuat banyak orang mencari hiburan untuk melupakan dan sedikit menghilangkan kejenuhan dari aktifitas mereka sehari – hari, dan mereka mengharapkan bahwa hiburan tersebut dapat menghibur mereka. Banyak orang yang melalui hari – harinya dengan perasaan hampa dan merasa tak ada satu hal pun yang berjalan benar selain kerja keras mereka, tetapi jika perasaan tersebut tetap berlangsung selama beberapa hari bahkan beberapa minggu, mungkin mereka sedang mengalami masalah yang lebih besar yaitu : kejenuhan kerja (job burnout).

Banyaknya orang yang mencari hiburan yang menarik, membuat banyak perusahaan baik perusahaan lama maupun baru untuk mencoba berbisnis dalam sektor jasa khususnya dalam bidang hiburan. Tentunya perusahaan tersebut harus mempunyai daya saing yang tinggi dan memiliki keunggulan yang berbeda dari pesaing yang lain dan mampu menarik pelanggan. Selain itu, perusahaan jasa dapat memilih alternatif strategi produk jasa yaitu : melakukan penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk jasa dan diversifikasi. Strategi mana yang dipilih sangat tergantung pada situasi

masing – masing perusahaan. Bagi perusahaan jasa yang akan melakukan diversifikasi harus memanfaatkan teknologi dan melakukan inovasi, sehingga dapat menghasilkan produk jasa yang mampu memberikan solusi bagi pelanggan.

Kemajuan perekonomian global dewasa ini dan banyaknya kebutuhan hiburan telah mendorong pertumbuhan pada sektor jasa. Dengan adanya pilihan produk yang beraneka ragam dan penawaran harga yang menarik serta dengan fasilitas yang baik dan menarik adalah hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk memuaskan keinginan pelanggan. Memuaskan pelanggan adalah salah satu pertahanan yang baik untuk mengalahkan persaingan. Perusahaan yang berhasil akan mendapatkan loyalitas dari pelanggan yang tidak tergoyahkan oleh apapun selama perusahaan tersebut mampu memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada konsumen. Banyak perusahaan saat ini menghitung kepuasan sebagai jaminan atas suksesnya untuk masa yang akan datang. Namun ternyata loyalitas merupakan alat ukur yang lebih tepat dalam memprediksi penjualan dan pertumbuhan finansial (Griffin, 2002:31)

Salah satu bisnis yang menjanjikan di bidang hiburan saat ini adalah bioskop. **Bioskop** (dalam bahasa Belanda : *bioscoop* dari bahasa Yunani dan berarti ”gambar hidup”) adalah tempat untuk menonton pertunjukan film dengan menggunakan layar lebar. Gambar film diproyeksikan ke layar menggunakan proyektor (<http://id.wikipedia.org>). Bioskop juga merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang hiburan dimana tempat ini dibentuk sedemikian rupa sehingga penonton dapat menikmati keadaan yang tercipta di tempat itu dan juga agar mereka dapat melupakan sejenak dari hiruk pikuk kegiatan rutinitas mereka sehari – hari.

Bioskop menjadi salah satu tempat yang dikunjungi oleh konsumen sebagai salah satu tempat untuk berkumpul dan menikmati hiburan dalam bentuk film. Dimana salah satu pesaingnya adalah DVD yang banyak beredar ditawarkan dengan harga murah, film yang bisa diputar sesuka hati, sempat membuat sebagian orang menyukai menonton di rumah.

Seiring perkembangan zaman, keinginan para pelanggan untuk menikmati film di bioskop dibandingkan dengan DVD mulai bertambah seperti pernyataan (Punjabi,2008 dalam <http://deltapapa.wordpress.com>) : "kalau kita amati, saat ini orang sudah mulai berdatangan kembali ke gedung film (bioskop). Meskipun DVD berikut playernya beredar murah di masyarakat, namun tetap saja banyak orang datang ke bioskop. Orang ke bioskop sekarang ini tidak semata – mata nonton, tapi mereka juga ingin menikmati pengalaman yang disajikan dalam menonton di bioskop."

Fasilitas yang ditawarkan di dalam bioskop pun jadi faktor penentu penikmat film untuk datang ke bioskop. Bioskop juga dituntut untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Bioskop harus memberikan pelayanan terbaik karena bioskop merupakan salah satu perusahaan jasa yang harus memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Kualitas jasa dan pelayanan yang prima merupakan suatu keharusan untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Dalam persaingan saat ini perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Pelayanan yang baik adalah suatu keunggulan untuk melayani pelanggan. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan di bioskop, misalnya dengan kecepatan, ketepatan, keahlian, kemampuan karyawan, kesopanan dan keramahan karyawan, pemberian informasi yang tepat dan akurat, suasana yang

menyenangkan, kebersihan, keamanan, dan fasilitas yang lainnya yang dapat diberikan untuk menjadi keunggulan dibandingkan bioskop lainnya. Berkualitas berarti dapat memenuhi harapan pelanggannya.

Keuntungan yang diperoleh dari kepuasan pelanggan sangatlah besar. Akan tetapi pada saat ini pelanggan tidak lagi menjadi tujuan akhir proses bisnis suatu perusahaan. Di sisi lain, tujuan perusahaan lebih terfokus pada menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Agung, 2006:46): "loyalitas konsumen adalah keinginan spesifik untuk melanjutkan sebuah hubungan dengan penyedia jasa atau layanan."

Loyalitas pelanggan merupakan sesuatu yang lebih baik daripada kepuasan. Loyalitas itu tidak berwujud, seseorang dan suatu lembaga dapat membangkitkan loyalitas dalam diri seseorang atau loyalitas dapat membangkitkan suatu hubungan komitmen batin kepada individu maupun lembaga tertentu. Sehingga loyalitas pelanggan dapat terlihat dengan adanya minat konsumen untuk kembali ke toko tersebut dan tak berpindah ke pihak lain.

Bioskop XXI pertama kali didirikan di Plaza Indonesia Entertainment X'nter, dengan 4 buah teater reguler dan 2 buah teater Premiere. Bioskop XXI yang diberi nama Studio XXI ini merupakan satu – satunya bioskop XXI yang menggunakan sofa empuk di keseluruhan studionya, dan memiliki sertifikat THX untuk semua studionya.

Mayoritas film –film yang diputar di bioskop XXI merupakan film – film Hollywood, baik yang terbaru, ataupun yang telah tersimpan lama. Namun beberapa XXI juga turut memutar film Indonesia, sesuai dengan lokasi dan pasar pengunjung pusat perbelanjaan yang bersangkutan. Beberapa bioskop 21 turut direnovasi menjadi bioskop XXI dengan penambahan karpet, perubahan desain, dan pergantian kursi studio.

Bioskop Ciwalk XXI yang terletak di Ciwalk Lt. 2, jln Cihampelas 160 Bandung ini memiliki delapan layar dibandrol dengan harga Rp.15.000 untuk hari Senin sampai dengan hari Kamis serta hari Jumat sampai dengan hari Minggu harganya Rp.25.000. Bioskop Ciwalk XXI menampilkan film – film hollywood yang terbaru dan berkualitas disertai oleh tata suara yang sangat baik. Meskipun belum mendapat sertifikat THX, tetapi kualitas suaranya sangat bagus. Hal ini menjadi salah satu daya tarik yang menyebabkan bioskop Ciwalk XXI banyak diminati pelanggan.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Hurriyati,2005:128).

Untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan, maka bioskop Ciwalk XXI harus tetap berusaha menjaga kualitas pelayanan dan berusaha memperbaiki segala sesuatu yang menjadi kekurangannya dalam pelayanan. Keberhasilan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada konsumennya dapat mengakibatkan pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan, untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. (Lupiyoadi,2001:145). Kualitas jasa merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan jumlah pelanggan disamping faktor lain, karena kualitas jasa memiliki hubungan yang positif dengan loyalitas pelanggan dan hubungan antara keduanya adalah kuat (Alison,2003:495).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk membahas permasalahan dalam skripsi yang berjudul **”PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI BIOSKOP CIWALK XXI BANDUNG.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian diatas maka dapat ditarik beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan yaitu :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan bioskop Ciwalk XXI Bandung ?
2. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan bioskop Ciwalk XXI Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan Ciwalk XXI Bandung terhadap loyalitas pelanggan ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bioskop Ciwalk XXI Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilakukan bioskop Ciwalk XXI Bandung.
2. Untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan bioskop Ciwalk XXI Bandung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di bioskop Ciwalk XXI Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara khusus penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nilai bagi :

1. Penulis :

Untuk memperdalam wawasan, pengetahuan dan pengalaman penulis menyangkut hal – hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan melalui penerapan teori – teori yang diperoleh selama kuliah dan membandingkan dengan kenyataan yang terjadi dan melatih sistem berpikir sistematis.

2. Perusahaan :

Untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Pengetahuan ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk meningkatkan pelayanannya di masa depan.

3. Pihak Lain :

Sebagai bahan masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian ilmiah mengenai manajemen pemasaran dan sebagai bahan referensi yang diharapkan, sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi yang membaca dan ingin menambah pengetahuan khususnya di bidang pemasaran.