

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring berjalannya waktu terjadi perkembangan teknologi. Hal tersebut menyebabkan terjadinya globalisasi yang mengakibatkan banyak muncul pembisnis yang memiliki kompetisi yang sengit, apalagi perusahaan dalam bidang jasa industri hiburan. Dalam setiap persaingan, pebisnis selalu memikirkan strategi yang baik untuk memberikan kepuasan secara maksimal dan melayani konsumen yang sebaiknya. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

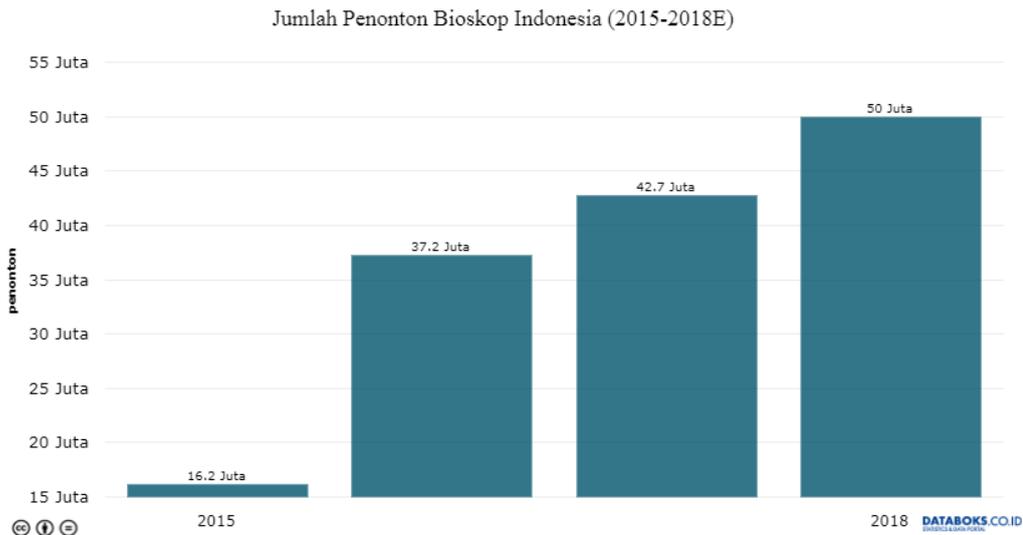
Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai pembelian berulang-ulang yang dilakukan konsumen kepada produsen untuk memenuhi kebutuhannya, menjaga sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, dan melakukan rujukan pelayanan berguna untuk orang (Kandampully & Suhartanto, 2000). Reichheld dan Sasser (1990) menyatakan bahwa pelanggan setia adalah menghargai hubungan antara pelanggan dan perusahaan untuk membuat sebuah perusahaan penyedia pilihan pelanggan. Bowen dan Shoemaker (1998) menyatakan bahwa loyalitas itu akan terjadi apabila konsumen tersebut merasa begitu kuat dan perusahaan yang dapat dikatakan baik apabila pemasar dapat mengikuti keinginan dibutuhkan yang relevan dalam persaingan. Pelanggan yang loyal tidak beralih ke penyedia layanan lainnya dengan perbedaan kecil, seperti harga atau

layanan di sebuah industri hiburan. Banyak kebutuhan konsumen di kota yang bertebaran industri hiburan yang semakin hari semakin meningkat, mengakibatkan banyak persaingan yang di industri penyedia jasa hiburan seperti bioskop.

Bioskop merupakan lokasi atau wilayah bagi konsumen untuk menonton cinema, baik dari berbagai macam manca negara. Bioskop menjadi sebuah tempat atau wadah banyak yang menonton cinema untuk menyampaikan segenap simpati dan jiwa kepada realita nyata yang disaksikan (Sulastiyono 2011). Sebuah industri hiburan yang dalam hal adalah bioskop, harus mempunyai kualitas yang baik sebagai acuan bahwa industri tersebut memiliki suatu nilai.

Menurut Tjiptono (2001) bahwa kualitas adalah suatu hal kondisi yang berubah-ubah yang berpengaruh terhadap sesuatu seperti produk yang berkualitas, jasa yang diperoleh, menyediakan pelayanan, perencanaan yang terbaik untuk konsumen agar dapat sesuai yang diharapkan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai sesuatu cara dalam memenuhi keinginan yang diinginkan konsumen atau apa yang diharapkan konsumen (Tjiptono, 2007). Dalam kualitas pelayanan diketahui dengan mencari apa yang dibandingkan dengan pemikiran pelanggan yang dapat diambil maupun bisa diperoleh dengan pelayanan yang diharapkan terhadap perlengkapan maupun peralatan pelayanan di perusahaan. Gronroos (1984) menyatakan bahwa sebuah organisasi dapat melihat apa yang terdiri dari mutu pelayanan dalam rangka memberikan dan menjaga kualitas layanan. Klaus (1985) menyatakan bahwa standar kualitas pelayanan adalah ditentukan dari pengalaman pelanggan memiliki terhadap suatu layanan.

Sejarah perkembangan industri hiburan di Indonesia banyak yang muncul competitor baru yang menyebabkan persaingan yang sangat ketat dalam memperebutkan posisi *market* yang baru. Kemunculan Cinema21 pada tahun 1987 menjadi awal populernya yang menggunakan konsep bioskop sinepleks. Pada awal kemunculannya, bioskop hanya sekedar layar besar dengan sound sistem yang canggih, kursi nyaman, dan kapasitas besar. Namun, pada sekarang dilengkapi dengan fitur yang lebih modern yaitu penayangan film secara 3D dimana konsumen bisa merasakan seperti yang dialami sendiri. Dalam perkembangan jaman bisnis bioskop, kini penonton datang ke bioskop bukan sekedar akan menonton film saja, tetapi dapat melihat tren yang terjadi pada masa kini dibelahan dunia lainnya dengan berbagai fasilitas layanan yang disediakan di bioskop tersebut. Pada saat itu Cinema21 menjadi merek yang sangat populer di pikiran konsumen. Hal ini terjadi karena Cinema21 sudah menguasai pangsa pasar dalam industri perfilman dan tampak memonopoli pasar di Indonesia. Dengan menjadi importir dan distributor film Hollywood di Indonesia, Cinema21 tampak semakin pihak yang kuat dalam industri perfilman di Indonesia. Berikut ini data banyak pengunjung dan menonton bioskop di Indonesia pada Tahun 2015-2018.



**Grafik 1.1 Jumlah Penonton Bioskop Indonesia (2015-2018E)**

Sumber: <https://jurnalindonesiahome.files.wordpress.com/2019/01/ced12->

Jumlah2BPenonton2BBioskop.png

Artinya banyak pendatang yang menonton di bioskop pada tahun ini banyak yang meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya mampu mencapai 42,7 juta penonton. Terdapat banyak pendatang yang menonton di bioskop pada tahun 2018 naik sebanyak 17% dari tahun sebelumnya. Pada jaman sekarang, di Indonesia telah menguasai pangsa pasar sebesar 40% dari banyak film yang sudah tersebar di Indonesia.

Bisnis dalam industri perfilman yang sangat menjanjikan memunculkan pemain baru yaitu CGV resmi beroperasi pada tahun 2006. CGV sendiri mempunyai keunggulan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Keunggulan pelayanan tersendiri seperti Kelas yang di tawarkan CGV ada 2 yaitu *Velvet Class* dan *Gold Class*, tentu dengan harga yang berbeda namun fasilitas yang di tawarkan sangat lengkap dan memuaskan. Velvet class fasilitas yang tawarkan berupa *sofa bed* untuk 2 orang yang dilengkapi dengan bantal dan

selimut, sedangkan Gold class fasilitas yang ditawarkan kursi memiliki sandaran kaki dan sebuah pelayanan tombol memungkinkan memesan makanan dan minuman dari dalam auditorium. Gold Class bisa didapatkan dengan kisaran harga Rp 70.000 sampai harga Rp 100.000 pada saat hari libur. Sedangkan Velvet Class dibandrol dengan harga Rp 150.000 weekday dan Rp 250.000 weekend. *CGV Paskal 23 Bandung* terletak di Pasir Kaliki No.25 – 27 Bandung, lokasi Paskal 23 Bandung sangat mudah untuk dicapai karena letaknya yang strategis dapat dilalui kendaraan anatar lain mobil atau motor, dengan waktu 15 menit dari bandara internasional husein aastranegara, dan dapat dilalui dengan jangka waktu lima menit berkendara baik motor atau mobil dari arah stasiun kereta api Bandung. *CGV Paskal 23 Bandung* selalu ramai dikunjungi konsumen bahwa pelayanan yang ramah,tempat yang bersih,lokasi yang strategis. Hal tersebut memungkinkan konsumen datang menjadi pelanggan tetap disebuah perusahaan tersebut.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi masyarakat terhadap *CGV 23 Paskal Bandung* sangat tinggi, kualitas layanan dapat mempengaruhi oleh berbagai macam faktor yang dapat menentukan yaitu loyalitas pelanggan. Menurut (Gronholdt, Martensen, & Kristensen, 2000) kualitas dibagi menjadi dua dimensi yaitu “hard ware”, yang mengandung kualitas produk dan layanan , dan “gudang manusia”, yang meliputi pelanggan komponen interaktif terkait dalam pelayanan. Peneliti-peneliti yang dilakukan oleh (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985), (Caruana, 2002), menyatakan bahwa kualitas pelayanan tersebut dapat berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pada penjelasan penelitian diatas, peneliti dapat diperoleh bahwa ada tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di CGV 23 Paskal Bandung”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Penelitian tersebut dicari untuk menemukan bahwa identifikasi diantaranya adalah:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai bukti langsung (*tangibles*)?
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kehandalan (*reliability*)?
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai tanggapan (*responsiveness*)?
4. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai jaminan (*assurance*)?
5. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai perhatian (*emphaty*)?
6. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Di CGV 23 Paskal Bandung?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai bukti langsung (*tangibles*).
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai kehandalan (*reliability*).
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai tanggapan (*responsiveness*).
4. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai jaminan (*assurance*).
5. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai perhatian (*emphaty*).

6. Menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Di CGV 23 Paskal Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian tersebut dicari untuk menemukan kegunaan praktis maupun kegunaan teoritis. Kegunaan praktis yang dimaksud adalah

1. Bagi Pihak Manajemen:

Penelitian tersebut dilakukan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang dibutuhkan masyarakat, pihak manajemen mempunyai fungsi untuk membuat kualitas pelayanan agar konsumen atau pelanggan merasa puas dilayani dan melakukan pembelian berulang-ulang.

2. Bagi Pihak Akademik:

Penelitian tersebut dilakukan untuk menambah wawasan yang luas mengenai bagaimana pentingnya kualitas pelayanan, serta perlunya pihak akademisi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen dapat terpuaskan.

3. Bagi peneliti selanjutnya:

Penelitian tersebut dilakukan untuk dikembangkan dengan menggunakan variable penelitian lainnya dan menjadi sebuah perbandingan untuk menjadi sarana penambahan wawasan dibidang pengembangan pengetahuan dalam bidangnya.

Kegunaan teoritis yang dimaksud yaitu

1. Memastikan bagaimana hasil penelitian yang sudah dilakukan pada sebelumnya untuk menyatakan bahwa kualitas pelayanan tersebut mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berguna untuk sebagai pedoman bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian berlanjut mengenai faktor apa saja yang mempunyai pengaruh terhadap variable loyalitas pelanggan.

