

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era teknologi ini dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari terutama di kota-kota besar seperti Kota Madiun yang banyak orang selalu sibuk dengan pekerjaan dan rutinitas sehari-hari. Hal ini menyebabkan banyak orang pasti membutuhkan suatu sarana untuk melepas ketegangan akibat rutinitas yang mereka lakukan. Karena jika bekerja terlalu lama maka mereka akan jenuh dengan pekerjaannya dan akan menyebabkan stress. Stress adalah penyebab utama kecacatan permanen dan gangguan kesehatan dalam jangka panjang. Dan stress menyebar lebih luas dari pada penyakit kronis seperti stroke, serangan jantung, kanker, dan gangguan pada punggung.

Saat kita sudah merasa jenuh, dapat diantisipasi dengan melakukan hiburan menonton film. Menonton film merupakan salah satu alternatif hiburan yang sering dipilih saat merasa lelah atau bosan dengan segala rutinitas. Bagi sebagian orang, menonton film adalah salah satu cara untuk menghilangkan stres dari pekerjaan sehari-hari. Menonton film dapat mengurangi stress karena otak dapat melepaskan hormon stres dan menggantikannya dengan endorfin. Hormon inilah yang bertanggung jawab untuk membuat keadaan emosi kita lebih stabil. Menonton film dapat dilakukan di dalam rumah dengan menonton acara di televisi, VCD, DVD, bahkan di handphone. Menonton film pun dapat dilakukan di luar yaitu di bioskop.

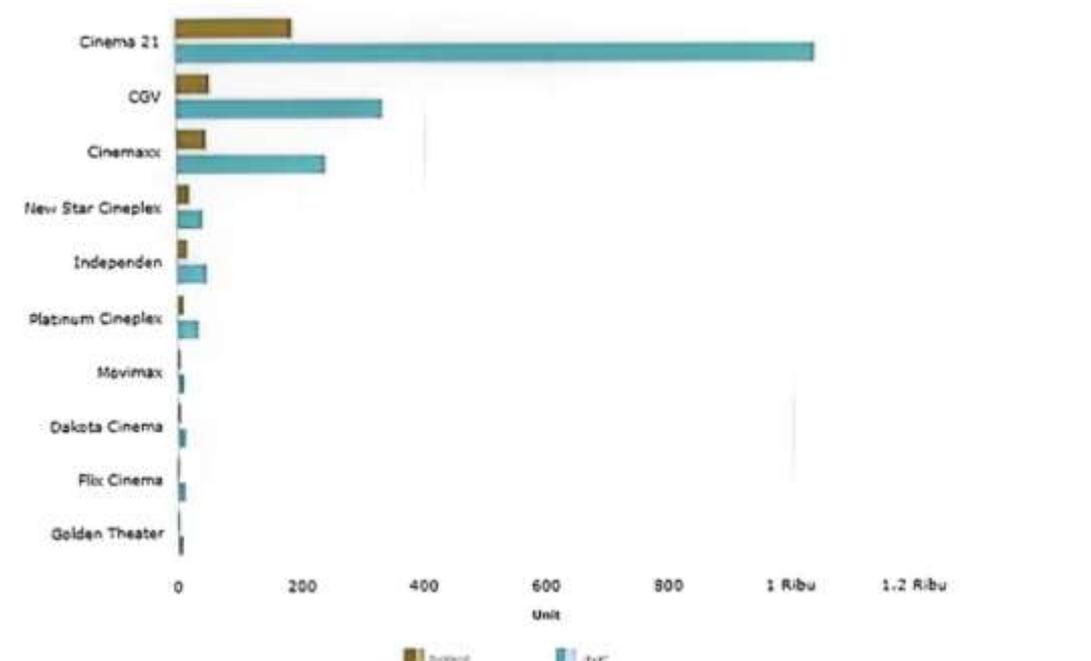
Bioskop adalah tempat untuk menonton pertunjukan film dengan menggunakan layar lebar, gambar film dengan menggunakan proyektor dan dilengkapi sound system yang bagus. Dalam hal ini, menonton film di bioskop juga memiliki kekurangan yaitu : besarnya biaya yang harus dikeluarkan (biaya tiket film, biaya transportasi, biaya konsumsi). Tetapi semua biaya itu akan terbayar dengan adanya rasa puas kita setelah menonton bioskop yang bisa ditimbulkan dari menonton rame-rame bersama teman, tempat yang nyaman, suara yang cangguh, layar yang lebar, dan menonton film terbaru.



Gambar 1.1 Logo Bioskop Cinema XXI

Industri bioskop Indonesia saat ini diisi oleh beberapa perusahaan, antara lain Cineplex 21 Grup dengan Bioskop “Cinema XXI” nya dan CJ CGV dengan Bioskop “CGV Cinemas”. Dua perusahaan ini saling bersaing di kelas bioskop yang sama. Bioskop Cinema XXI untuk pertama kali didirikan di Plaza Indonesia Entertainment X’nter pada bulan Januari 2004. Cinema XXI yang pertama kali didirikan ini dilengkapi dengan fasilitas 4 ruang teater regular dan 2 ruang teater Premiere (thejakartapost.com, 2014). Berdasarkan Filminonesia.or.id (2017), dunia bioskop Indonesia diisi oleh beberapa bioskop. Perusahaan bioskop tersebut antara lain Cinema 21 yang telah berganti

nama menjadi Cinema XXI, CGV, Cinemaxx, Independen, New Star Cineplex, Platinum Cineplex dan Movimax.



Gambar 1.2 Grafik jumlah layar bioskop

Bioskop Cinema XXI pada sepanjang tahun 2023, berada di peringkat pertama memiliki 240 bioskop dengan total 1.280 layar di 60 kota/kabupaten yang tersebar di Indonesia. Hal ini turut mendorong peningkatan penjualan tiket bioskop sebesar 25,7% dari 67,1 juta penonton pada tahun 2022 menjadi 84,3 juta penonton pada tahun 2023. Cinema XXI mencatat peningkatan pendapatan sebesar 18,9% pada tahun 2023 menjadi Rp 5,2 triliun dari pendapatan sebelumnya tahun 2022 sebesar Rp 4,4 triliun. Sejalan dengan itu, laba bersih setelah pajak meningkat 47,1 % year on year (YoY) menjadi Rp 742,3 miliar dengan perolehan EBITDA sebesar Rp 1,7 triliun (BusinessInsight, 2024)

Bioskop di Indonesia ini berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Mereka dibuat untuk ditargetkan sesuai dengan pangsa pasar yang berbeda mulai dari yang menengah kebawah sampai menengah keatas. Kota Madiun merupakan salah satu kota besar dengan julukan kota Pendekar yang ada di Provinsi Jawa Timur. Kota Madiun Juga memiliki potensi besar dalam memanfaatkan perkembangan industri hiburan yaitu bioskop, dimanfaatkan oleh perusahaan yang terjun kedalam industri hiburan. Persaingan pasar industri hiburan yang ketat, mengharuskan perusahaan dapat menunjukkan produk dan jasa yang berbeda dari pesaing lainnya agar mampu menciptakan keunggulan bersaing.

Informasi mengenai hadirnya Cinema XXI di Sun City Mall Kota Madiun beredar di dunia maya dan menjadi bahan perbincangan di tengah masyarakat, terutama pecinta film dan bioskop. Bioskop Cinema XXI sudah tersimpan dalam benak konsumen, suatu merek yang sudah lama dikenal oleh masyarakat Kota Madiun yang akhirnya hadir di Kota Madiun berlokasi di Sun City Mall Kota Madiun Lt.2 berada di Jln. S. Parman No.8, Oro-oro Ombo, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur. Menjadi magnet baru bagi warga untuk berlibur sambil menonton film terbaru yang lagi booming produksi dalam negeri maupun mancanegara. Bioskop yang tak hanya update dalam film tapi juga memiliki ruangan yang memiliki infrastruktur menarik dengan desain interior yang mewah dan elegan berwarna keemasan.

Bioskop yang dibuka di Kota Madiun ada 2 yaitu CGV Cinemas yang berdiri pada tahun 2018 dan Cinema XXI yang baru berdiri pada 31 Januari 2024 tetapi membuat pengunjung memiliki kepuasan tersendiri setelah menonton film di Bioskop Cinema XXI di Kota Madiun. Dari kedua bioskop yang ada di Kota Madiun peneliti tertarik melakukan penelitian pada Bioskop Cinema XXI, hal ini dikarenakan Cinema XXI merupakan bioskop besar dan terkenal yang baru dibuka di Kota Madiun, berada di dalam kota yang mudah di akses oleh semua orang. Adapun kelebihan yang dimiliki oleh Bioskop Cinema XXI Kota Madiun yaitu kualitas gambar yang tajam, kualitas audio yang mengggelegar, lobby yang luas, kursi penonton yang nyaman, dan ruang tunggu yang nyaman. Sedangkan kelebihan untuk Bioskop CGV Cinemas Kota Madiun yaitu teknologi 3D lebih unggul, pilihan studio beragam, serta pembelian tiket online yang mudah. Dengan adanya kelebihan pada bioskop tersebut tentunya ada juga kekurangannya. Kekurangan yang dimiliki oleh Bioskop Cinema XXI Kota Madiun yaitu pilihan studio sedikit, ada film yang tidak ada di XXI namun ada di CGV, kesulitan untuk melakukan tiket online. Sedangkan kekurangan untuk Bioskop CGV Cinemas Kota Madiun yaitu di beberapa tempat suaranya terasa bocor, kualitas gambar kurang tajam, kursi kurang nyaman, tempat pembelian tiket dan *FnB* jadi satu sehingga lobby terasa sempit. (Sumber : rekap penilaian konsumen di media sosial)

Bioskop Cinema XXI Kota Madiun juga mengalami kenaikan dalam penjualan tiket sejak Grand Opening hingga sekarang bulan Mei 2024. Adapun jumlah penjualan tiket dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun

Tipe Studio	Bulan		
	Februari	Maret	April
Studio 1	958	1.036	1.206
Studio 2	806	987	1.183
Studio 3	938	965	1.159
TOTAL	2.729	2.988	3.548

Sumber : XXI Kota Madiun, 2024

Berdasarkan keterangan tabel diatas, penjualan tiket paling banyak yaitu pada bulan April dengan total sebanyak 3.548 tiket karena di bulan tersebut terdapat banyak film yang diminati masyarakat untuk ditonton. Penjualan tiket mengalami kenaikan setiap bulannya. Adanya kenaikan penjualan tiket tersebut tentunya tidak lepas dari faktor keputusan pembelian seseorang untuk membeli tiket menonton di Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian konsumen yang tinggi dapat mengakibatkan volume penjualan sehingga keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan juga semakin tinggi dan dapat membawa pengaruh baik bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Indikator kemantapan pada sebuah produk/jasa menjadi fenomena variabel keputusan konsumen pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun saat ini, karena konsumen lebih melihat atau memperhatikan kualitas, mutu, fasilitas, pelayanan, dan faktor-faktor lainnya sehingga dapat melakukan keputusan pembelian.

Seseorang melakukan keputusan pembelian di Bioskop Cinema XXI Kota Madiun tentunya dikarenakan mereka memiliki minat beli tersendiri. *Minat beli*

konsumen merupakan perilaku konsumen yang berfungsi sebagai dasar untuk keputusan pembelian dan merupakan komponen yang sangat penting dari kegiatan pemasaran. Setelah konsumen merasakan manfaat produk atau jasa dan menyatakan minat untuk membelinya, diperolehnya dari penggunaan produk atau jasa tersebut (Royantah, 2021). Minat beli akan mendukung terjadinya keputusan pembelian konsumen, jika konsumen berminat untuk membeli maka besar kemungkinan konsumen akan melakukan keputusan pembelian. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Alfatiha & Budiarmo (2020) dan Novianti & Saputra (2023), yang menyatakan bahwasanya minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hutri & Yuliviona (2022), yang menyatakan bahwasanya minat beli tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian pada variabel minat beli diatas, minat beli bisa menjadi penghubung atau mediasi dari faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *fasilitas*. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler & Keller, 2009). Berdasarkan penjelasan tersebut fasilitas merupakan sumber daya fisik yang sudah ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas-fasilitas yang disediakan di Cinema XXI Kota Madiun sama seperti fasilitas yang di sediakan oleh Cinema XXI pada umumnya di kota-kota lain. Salah satu fenomena permasalahan pada salah satu indikator fasilitas yaitu perlengkapan atau perabotan. Kursi penonton tergolong bagus namun untuk

kenyamanan kurang dan tidak terdapat kursi untuk penyandang disabilitas yang akan menonton di bioskop.

Tabel 1.2 Data perbandingan fasilitas Cinema XXI dengan CGV Cinemas di Kota Madiun

Perbandingan	Cinema XXI	CGV Cinemas
Fasilitas dan Kelengkapan	Terdapat 3 studio, Teknologi Dolby, layar IMAX, desain interior mewah elegan dan modern, full karpet, meja dan sofa cafe yang nyaman, toilet lebih bersih dan bagus, <i>connesion/FnB</i> dan ticket box terpisah, sofa tunggu di lorong.	Studio Reguler, sweetbox, screen, 4dx, gold class, dan velvet. Desain interior aesthetic, meja dan kursi, ticket boc dan popcorn zone jadi 1, toilet, kursi tunggu di lorong.

Sumber : Observasi Langsung (2024)

Adanya fasilitas tersebut, peneliti melakukan pra survei terkait fasilitas yang ada di Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. Penelitian terdahulu menunjukkan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Pangenggar et al., 2016). Sedangkan penelitian lain menunjukkan fasilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Memah et al., 2015)

Selain fasilitas, *Kualitas pelayanan* juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Indriyani et al. (2021), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan dan pengendalian atas tingkat keunggulan dalam memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dinilai menjadi faktor yang terpenting bagi pelanggan dalam membuat pilihan pembelian. Kualitas pelayanan juga

dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Pelayanan baik dan ramah akan membuat pengunjung betah dan nyaman berada di tempat tersebut. Kualitas pelayanan yang diberikan Cinema XXI di Kota Madiun baik dan memiliki struktur manajemen yang bagus sehingga membuat pengunjung merasa terlayani dengan baik. Pada *lobby* bioskop terdapat *Concessions* (tempat penjualan beragam makanan dan minuman khas bioskop) yang menjual popcorn dengan berbagai ukuran, dan berbagai jenis minuman. Cinema crew sangat antusias melayani para pengunjung yang ingin memesan produk di bioskop.

Salah satu fenomena permasalahan pada salah satu indikator kualitas pelayanan yang ada di Cinema XXI Kota Madiun yaitu *Tangible* (bukti fisik). Permasalahan bukti fisik pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun terlihat pada pelayanan di loket penjualan tiket. Terdapat 2 loket namun hanya 1 loket yang di buka yang menjadikan antrian terlalu panjang atau lama terlebih pada saat banyak film terbaru yang lagi booming. Kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dari segala aspek pemilihan untuk melakukan keputusan pembelian pada perusaterdahuhaan dibidang jasa, salah satunya ialah bioskop.

Adanya kualitas pelayanan tersebut, peneliti melakukan pra survei terkait kualitas pelayanan yang ada di Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Hakiki & Surono, 2022). Sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Widjaja & Wildan, 2023).

Dari fenomena diatas, penelitian terdahulu menyatakan bahwa pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening diterima (Rumiyati et al., 2022). Penelitian lain juga menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh minat beli (Welsa et al., 2022). Sedangkan dari segi negatif, pada variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang (Valentine et al., 2023). Penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Rianto, 2021)

Penelitian ini menggunakan *grand theory* TPB (*Theory of Planned Behavior*) yang menjelaskan bahwa perilaku konsumen dibentuk oleh sikap, norma subjektif dan *Perceived Behavioral Control* (PBC) yang membentuk niat. Niat kemudian mempengaruhi perilaku seseorang (Garcia-Penalvo et al., 2020). Ketika konsumen mendapat pengaruh (Fasilitas dan Kualitas Pelayanan) kemudian mempunyai niat (Minat Beli) konsumen tersebut nantinya akan melakukan pembelian (Keputusan Pembelian) terhadap brand tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan pengakajian lebih jauh mengenai keputusan pembelian konsumen pada Bioskop Cinema XXI di Kota Madiun. Maka dari itu, peneliti mengangkat topik ini dalam bentuk penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun)”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini terdapat masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan dengan objek Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
2. Responden penelitian yaitu semua kalangan konsumen yang sudah pernah berkunjung di Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
3. Variabel penelitian yang digunakan pada pertanyaan meliputi fasilitas (X_1), kualitas pelayanan (X_2), keputusan pembelian (Y), dan minat beli (Z).

C. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang permasalahan diatas, maka pertanyaan penelitian ini di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun?
3. Apakah Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun?
5. Apakah Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun?

6. Apakah Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun?
7. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun?

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
3. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
5. Untuk mengetahui pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
6. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.

7. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.

E. Manfaat Penelitian

Mengacu pada tujuan di atas, di harapkan penelitian ini dapat membawa manfaat bagi bidang keilmuan yang diteliti. Kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan hasil yang dapat digunakan untuk memperluas pengetahuan yang ada, khususnya bidang pemasaran atau perbaikan untuk menjaga loyalitas pelanggan dan mampu mengatasi masalah yang terkait dengan keputusan pembelian konsumen.
- b. Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan referensi dan kontribusi konseptual bagi peneliti sejenis dan peradaban ilmiah lainnya yang akan mengembangkan ilmu pengetahuan untuk kemajuan dunia pendidikan

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang Ilmu Manajemen Pemasaran. Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah

satu bentuk pengabdian dari mahasiswa tingkat akhir dan untuk menguji kualitas diri dari masing-masing mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga sebagai sarana mempraktikkan teori dan metode yang telah dipelajari selama berada di bangku perkuliahan dalam mengatasi permasalahan di dunia nyata, dalam hal ini ialah mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan minat ulang sebagai variabel intervening pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun

b. Bagi perusahaan (Cinema XXI)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Cinema XXI. Oleh karena itu, dapat meningkatkan segala pelayanan agar masyarakat menimbulkan minat beli ulang.

c. Bagi Universitas PGRI Madiun

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang membahas tentang pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening serta menjadi referensi baru bagi konsumen.