

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian Indonesia yang diperkirakan terus menaik dari tahun ke tahun menjadikan Indonesia untuk lebih baik lagi, salah satu faktor yang membentuk faktor perekonomian menjadi lebih baik adalah industri, terbukti dari meningkatkan industri-industri di Indonesia dengan berbagai jenis dan bidang. Indonesia memiliki negara yang memiliki banyak sekali industry baik industry dalam skala kecil maupun industri yang berskala besar, industri dengan skala nasional dan internasional. Banyaknya industri baru yang muncul menjadi sebuah pesaing bagi industri yang ada dengan bidang dan jenis yang sama. Hal ini menjadi PR penting yang harus difikirkan oleh manajer pemasaran bagaimana langkah yang harus dilakukan untuk tetap mempertahankan penjualan bahkan menaikkan penjualan ditengah maraknya persaingan.

Industri hiburan saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, dengan mengadopsi unsur – unsur dari luar negeri, industri hiburan dalam bidang music, televisi, film dll dengan berbagai macam tema yang diangkat. Salah satu industri yang besar yaitu industri perfilman terutama bioskop, Indonesia memiliki banyak sekali bioskop-bioskop dengan kemungkinan setiap tahun akan terus bertambah. Salah satunya adalah cineplex 21 atau yang lebih dikenal Cinema XXI , BlitzMegaplex yang lebih

dikenal dengan nama CGV blitz, cinemaxx yang merupakan milik perusahaan Lippo Group, Platinum Cineplex milik Raam punjabi, dan diikuti oleh perusahaan-perusahaan bioskop kecil lainnya seperti Plaza Cinema, Gajah Mada cinema, Golden Theater, New star Cineplex, Rajawali Cinema, Surya Yudha Cinema, BaliCineplex, Bioskop 88 dan lain-lain.

Cineplex 21 berdiri tahun 1987 dan menjadi perusahaan bioskop pertama yang berdiri di Indonesia, selama lebih dari 10 tahun Cineplex 21 menjadi perusahaan bioskop tunggal di Indonesia, hingga pada tahun 2000an munculah perusahaan-perusahaan bioskop lainnya. Namun pada tahun 2004 cineplex 21 melakukan rebranding dan modernisasi nama dari 21 menjadi XXI hal ini dilakukan mengingat semakin banyaknya pesaing yang ada di Indonesia untuk bidang yang sama.

Yogyakarta adalah salah satu kota besar di Indonesia, pada tahun 2017 tercatat ada 3 perusahaan bioskop yang ada yaitu Cineplex 21, Megablitz plex, dan Cinemaxx dengan menayangkan film yang tidak hanya untuk Dewasa (film dengan batasan usia tertentu) tetapi juga film yang bisa ditonton oleh semua umur, film-film yang ditayangkan juga beragama tidak hanya film Indonesia tetapi juga Film Asia (yang lebih sering adalah Korea dan Thailand) tetapi juga film – film Hollywood, dengan berbagai macam genre yang di putar. Banyaknya tempat perbelanjaan baru yang dibangun di Yogyakarta yang membuat munculnya bioskop-bioskop baru.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta adalah salah satu universitas swasta besar di Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sendiri

memiliki mahasiswa aktif yang lebih dari 10.000 mahasiswa, sebagian besar mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta adalah pendatang atau bukan penduduk asli dari Yogyakarta, pada umumnya uang jajan mahasiswa yang dimilikinya adalah masih pemberian orang tua, dan hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa sebagian besar mahasiswa akan pergi ke bioskop untuk menonton film ketika sedang mengalami kejenuhan ataupun memang karena sekedar ingin menghabiskan waktu libur kuliah.

Bioskop Cinema XXI merupakan perusahaan bioskop yang pertama berdiri di Yogyakarta di era tahun 2000an tetapi juga membuat pengunjung memiliki kepuasan tersendiri setelah menonton film di bioskop Cinema XXI. Pada umumnya pelajar ataupun mahasiswa lebih suka memikirkan gaya hidup (*life style*) agar terlihat menarik oleh mahasiswa yang lainnya, apalagi peran media sosial menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan oleh semua orang terutama kalangan mahasiswa. Apapun kegiatan mereka akan mereka unggah ke media sosial dengan tujuan untuk dapat dilihat oleh pengguna media sosial lainnya dan hal ini memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen tersebut, seperti halnya menonton film tidak sedikit konsumen menggunakan media sosial untuk mengunggah foto tiket ataupun hanya sekedar share lokasi bahwa saat ini sedang menonton film di Bioskop.

Bioskop Cinema XXI selalu ramai dengan pengunjung yang tidak hanya dari kalangan mahasiswa tetapi juga dari kalangan yang lainnya, dapat dilihat dari antrian yang banyak ketika hari libur bahkan hari biasa untuk film yang sedang ditunggu tunggu oleh konsumen.

Selain memiliki fasilitas XXI café, XXI lounge, dan *games room* bioskop cinema XXI juga menyediakan fasilitas *the premiere*. *The premiere* adalah salah satu studio bioskop yang terbilang premium dan eksklusif, karena di dalam studio tersebut para penonton film diberikan fasilitas seperti berada dirumah sendiri dengan diberikannya kursi sofa yang empuk dan bertekstur kulit sehingga para penikmat film akan merasa nyaman ketika sedang menonton.

Banyaknya bioskop yang telah berdiri di Yogyakarta ini menjadi sebuah tantangan baru bagi perusahaan yang sejenis, persaingan ini membuat perusahaan melakukan strategi-strategi yang dicapai agar konsumen tidak berkurang. Salah satu strategi yang dilakukan yaitu penetapan harga.

Harga yang diberikan empire XXI terbilang standart dan pas dikantong masyarakat umum terutama mahasiswa dengan kisaran Rp35.000. hanya saja untuk menikmati fasilitas *the premiere* konsumen tidak perlu khawatir cukup dengan membayar tiket seharga Rp.50.000 konsumen sudah bisa menikmati film dan fasilitas yang diberikan oleh *the premiere*.

Kualitas layanan yang diberikan oleh empire XXI terutama studio the premiere sangatlah sebanding dengan harga yang dibayarkan. Diluar studio para konsumen bisa menikmati lounge untuk sekedar makan sambil menunggu film yang belum dimulai. Menu yang disajikan sangat beragam mulai dari *western* sampai *indonesia food* pun ada. Selain itu di dalam studio para konsumen diberikan fasilitas kursi sofa yang empuk dan bertekstur kulit untuk memberikan kenyamanan seperti di rumah sendiri ketika sedang

menonton film. Dan juga diberikan selimut jika konsumen merasa AC di dalam studio terlalu dingin.

Banyaknya Bioskop yang berdiri di Yogyakarta yang memberikan pelayanan serta memiliki berbagai jenis bentuk promosi guna menarik konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan Cineplex 21 agar konsumen tetap memilih Cinema XXI dalam pengambilan keputusan pembelian, dan pelayan baik agar konsumen tetap memberikan penilaian yang baik pasca pembelian sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Konsumen cenderung membeli kembali produk dari merek yang telah terkenal, perusahaan dengan citra merek yang telah dikenal dan melekat dibenak konsumen akan lebih mudah untuk menarik hati konsumen. Citra merek didefinisikan sebagai kesan tentang suatu merek, sehingga merek itulah yang hanya ada dibenak konsumen. Konsumen yang telah terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung akan terus menggunakan merek tersebut kembali. Kesan merek yang muncul dalam benak konsumen karena semakin banyak atau seringnya konsumen menggunakan produk dari merek tersebut.

Persepsi Harga merupakan salah satu variabel yang menjadi tolak ukur konsumen dalam melakukan pembelian ulang, konsumen cenderung akan menilai produk ataupun jasa yang telah dibeli berdasarkan harga, konsumen akan merasa puas jika kualitas yang didapatkan sebanding dengan uang yang

mereka keluarkan, dengan kata lain konsumen tidak akan mempermasalahkan jika harga terlalu mahal tapi kualitas yang dia dapatkan sebanding.

Kualitas layanan menjadi salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan terutama untuk perusahaan yang menjual produk dalam bidang jasa, dimana pelayananlah yang akan terlihat lebih menonjol daripada faktor yang lainnya. Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur bagi seorang konsumen untuk menentukan apakah akan melakukan pembelian produk tersebut kembali.

Perilaku konsumen sesudah pembelian sangat penting bagi perusahaan. Karena perilaku tersebut memberikan dampak yang baik bagi penjualan produk tersebut. Jika konsumen merasa puas pada produk yang dia beli, maka kemungkinan besar yang akan terjadi yaitu konsumen akan mengatakan hal baik tentang produk tersebut dan akan melakukan pembelian lagi. Sebaliknya jika produk itu tidak mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka hal terbesar yang akan terjadi yaitu konsumen akan mengatakan keburukan produk tersebut kepada orang lain dan enggan untuk melakukan pembelian ulang pada produk yang sama.

Keputusan pembelian ulang adalah bagaimana seorang konsumen melakukan pembelian kembali produk yang sama yang pernah dibeli pada waktu lampau, ada 2 kemungkinan kenapa konsumen melakukan pembelian ulang yaitu, pertama konsumen merasa puas dengan produk tersebut, kedua konsumen tidak puas dengan produk tersebut tetapi tetap melakukan

pembelian lagi dikarenakan faktor – faktor yang menjadi pertimbangan konsumen tersebut untuk melakukan pembelian kembali.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu dari Waskita dan Yuniati (2016) yang berjudul “pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen” dengan hasil penelitian “promosi, harga, dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen PT Roda Express Sukses Mandiri”.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dilakukan penelitian mengenai citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di bioskop Cinema XXI the premiere Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah citra merek, persepsi harga, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Bioskop Cinema XXI The Premiere Yogyakarta ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Bioskop Cinema XXI The Premiere Yogyakarta ?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Bioskop Cinema XXI The Premiere Yogyakarta ?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Bioskop Cinema XXI The Premiere Yogyakarta ?

C. Tujuan Masalah

1. Menganalisis citra merek, persepsi harga, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Bioskop

Cinema XXI The Premiere Yogyakarta.

2. Menganalisis citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Bioskop Cinema XXI The Premiere Yogyakarta
3. Menganalisis persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Bioskop Cinema XXI The Premiere Yogyakarta.
4. Menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Bioskop Cinema XXI The Premiere Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan untuk menambah khasanah penelitian dan dapat menguatkan teori, menjadi tambahan referensi, dan dapat dijadikan sebagai pembandingan terhadap penelitian serupa, baik yang sudah dilakukan maupun yang akan dilakukan dimasa mendatang

2. Manfaat praktis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan masukan pada Cinema XXI terutama the premiere untuk meningkatkan kualitas layanan dan jasa.

3. Bagi masyarakat

Diharapkan penelitian ini mampu menjadikan referensi dalam pengambilan keputusan untuk menonton film di Bioskop.

