

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dalam dunia bisnis, persaingan yang ada semakin ketat. Persaingan tersebut dapat terlihat dari banyaknya perusahaan yang muncul dengan menawarkan berbagai macam produknya maupun jasa yang beragam, baik itu produk atau jasa yang sejenis maupun produk atau jasa yang berbeda. Persaingan dapat terjadi dalam hal pelayanan, lokasi maupun fasilitas yang dilakukan setiap perusahaan. Sehingga apabila perusahaan ingin tetap bertahan dalam persaingan pada dunia bisnis serta ingin menjadikan konsumen menjadi pengunjung tetap, maka perusahaan harus memberikan kepuasan kepada pengunjung. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara lain, memberikan produk yang mutunya terjamin dengan baik, memberikan jasa pelayanan yang baik sehingga membuat pengunjung merasa sangat nyaman dalam menggunakan jasa tersebut, serta tersedianya fasilitas yang bagus untuk mendukung jasa pelayanan yang perusahaan yang perusahaan pada pengunjung (<http://www.sindoweekly.com//2014>).

Untuk memberikan kepuasan kepada pengunjung, maka perusahaan juga harus mempunyai hubungan yang baik dengan pengunjung. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan pengunjung. Dengan menjalin hubungan maupun komunikasi yang baik antara perusahaan dan pengunjung, maka perusahaan akan lebih mudah mengetahui apa yang sebenarnya pengunjung inginkan (<wikipedia.org//2014>).

Khusus untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelayanan kepada pengunjung merupakan hal yang penting dan harus diutamakan, Karena konsumen menginginkan pelayanan dengan kualitas tinggi yang dapat menimbulkan kepuasan bagi pengunjung. Semakin baik perusahaan memberikan pelayanan terhadap pengunjung, maka dapat dipastikan pengunjung akan

lebih memilih untuk menggunakan jasa pelayanan perusahaan tersebut dari pada perusahaan pesaingnya (www.koran.padek.co.id 2016).

Perusahaan yang bergerak dibidang per film an PT Nusantera Raya beroperasi sebagai sebuah jaringan di Indonesia Cinema XXI group di Indonesia. Jaringan bioskop ini tersebar di beberapa kota besar diseluruh Indonesia dan sebagian besar di antaranya terletak di dalam pusat perbelanjaan, dengan film – film Hollywood dan Indonesia sebagai menu utama, dan didukung oleh teknologi tata suara Dolby Digital, THX dan yang terbaru Dolby Atmos. Cinema XXI group memiliki total 1240 layar yang tersebar di 33 kota di 146 lokasi diseluruh Indonesia.

Berikut data jumlah perbandingan pengunjung Cinema XXI Plaza Andalas Kota Padang dan Cinema XXI Transmart Padang periode Januari hingga Desember 2019:

Tabel 1.1
Perbandingan Jumlah Pengunjung Menonton di Cinema XXI Transmart Padang dan Plaza Anadals kota Padang XXI periode (Januari – Desember 2019)

Bulan	Jumlah kunjungan Cinema XXI Transmart Padang	Jumlah kunjungan Cinema XXI Plaza Andalas Padang
Januari	399.087	386.096
Februari	481.328	406.193
Maret	461.223	457.361
April	408.673	499.054
Mei	398.718	560.543
Juni	396.527	568.896
Juli	390.818	569.430
Agustus	388.767	572.490
September	365.873	580.530
Oktober	358.718	580.897
November	336.183	590.139
Desmber	310.673	597.082

Sumber: Data Cinema XXI kota Padang(2019).

Berdasarkan dari tabel di atas membuktikan bahwa jumlah pengunjung di Cinema XXI Transmart selalu mengalami penurunan dari bulan Februari hingga bulan Desember dibandingkan dengan jumlah pengunjung Plaza Andalas Padang XXI. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa

kepuasan pengunjung pada Cinema XXI Transmart kurang puas atau tidak puas karena jumlah pengunjungnya dari bulan ke bulan mengalami penurunan, disitulah peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, apakah lokasi mempengaruhi kepuasan pengunjung dan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Cinema XXI Padang.

Selanjutnya survei awal yang dilakukan terhadap 40 orang pengguna jasa Cinema XXI Transmart Padang, menggunakan skala 5 likert untuk melihat tingkat kepuasan pengunjung Cinema XXI Transmart dikota Padang:

Tabel 1.2
Data survey awal Cinema XXI Transmart Padang

No	Pernyataan	Mean	Tingkat Kepuasan Responden %	Katagori
1.	Saya tidak ingin berpindah ke Cinema XXI lainnya.	3,60	72	Cukup Puas
2.	Saya akan menggunakan jasa Cinema XXI Trasmart Padang	3,85	77	Cukup Puas
3.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain	3,75	75	Cukup Puas
Total rata-rata		3,73	74,6	Cukup Puas

Sumber: Pengolahan data dengan Spss 10.01.2020

Dari Table 1.2 yaitu data survey awal yang di lakukan peneliti pada tanggal 14 januari sampai 25 januari, dengan tujuan melihat tingkat Kepuasan pengunjung Cinema XXI Trasmart Padang. Dalam penyebaran kuesioner peneliti mengambil sampel sebanyak 40 responden pengunjung Cinema XXI Trasmart Padang. Dari penyebaran angket survey awal dengan 3 item pernyataan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan ditemukan tingkat kepuasan pada pengunjung Cinema XXI Trasmart Padang 74,6% di katagorikan cukup baik. Hasil survei tersebut merupakan fenomena yang menarik tentang kepuasan pengunjung Cinema XXI Trasmart Padang.

Selanjutnya untuk memperkuat data dan fenomena dalam penelitian ini peneliti mengambil acuan dari penelitian sebelumnya.

Kotler & Keller, (2016) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Sedangkan menurut Lovelock dan Wright ,(2015) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan.

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan Kotler & Keller, (2016). Sedangkan menurut Tjiptono, (2015) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Januar, (2016) yaitu tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran Kotler & Keller, (2016). Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para pelanggan dan dimana lokasi yang strategis.

Place dalam *service* merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis Lupiyoadi, (2011). Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Berdasarkan hasil penelitian yang terdahulu Malik et al.,(2016) yang meneliti tentang pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisata bahari lamongan, membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Tjiptono, (2015), fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Selanjutnya menurut Kotler & Keller, (2016), mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen, dalam usaha yang bergerak dibidang jasa , maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung.

Berdasarkan dari teori, fenomena dan hasil penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI CINEMA XXI TRANSMART KOTA PADANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Cinema XXI Transmart Padang?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung di Cinema XXI Transmart Padang?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Cinema Transmart Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Cinema XXI Transmart Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pengunjung di Cinema XXI Transmart Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Cinema XXI Transmart Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademis

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi menjadi pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi dibidang pemasaran untuk pengembangan perusahaan.