

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang terus terjadi membuat kebanyakan masyarakat mulai merubah gaya hidup mereka. Salah satu hal yang berubah yaitu kebiasaan masyarakat saat ini yang gemar menonton film di bioskop. Perubahan sikap masyarakat ini tak terlepas dari perkembangan bisnis pemutaran film bioskop di Indonesia yang sangat pesat sekali. Hal ini terlihat dari awal mulanya bioskop di Indonesia berdiri pada tahun 1987 oleh Cineplex group, dan terus mengalami perkembangan hingga munculnya berbagai perusahaan pemutaran film yang baru. Bahkan dari segi teknologi sendiri perkembangannya sangat pesat, dimana bioskop yang pada awalnya hanya menyajikan film dengan kualitas 2D, sekarang dapat menyajikan pilihan yang lebih beragam. Seperti teknologi pemutaran film 3D dan 4D yang didukung teknologi visualisasi yang lebih baik.

Perkembangan industri film juga ikut mendukung perkembangan bisnis pemutaran film di Indonesia. Hal ini dikarenakan mulai banyak bermunculan film–film dengan alur cerita yang menarik dengan *computer graphic* yang semakin canggih baik pada film luar negeri maupun dalam negeri membuat semakin tingginya antusiasme masyarakat dalam menonton film di bioskop. Ini berdampak pada pertumbuhan bioskop di Indonesia yang nampak hingga pada tahun 2015 kemarin pertumbuhan bioskop di Indonesia telah mencapai 1.111 layar bioskop dari semua pelaku bisnis di sektor pertunjukan film. Fenomena ini sebenarnya sudah terlihat dari beberapa tahun yang lalu, hingga PT. Graha layar Prima, Tbk yang

berdiri pada tahun 2004 mampu memulai kegiatannya dengan membangun bisnis bioskop yang dibuka pertama kali di Paris Van Java, Bandung pada tahun 2006 silam yang diberi nama Blitzmegaplex.

Kemunculan Blitzmegaplex ini diharapkan dapat mengambil sebagian pangsa pasar dari pesaingnya. Hal ini dikarenakan Blitzmegaplex memberikan atau menawarkan sesuatu yang berbeda dengan penyajian konsepnya. Ternyata benar seperti harapannya bahwa Blitzmegaplex akan mampu untuk mengambil sebagian pasar dari pesaingnya itu terlihat dari pemecahan rekor 1.000.000 penonton yang dilakukan oleh Blitzmegaplex setahun setelah pembukaannya yaitu pada bulan Oktober 2006 (CGV.co.id).

Pada tahun berikutnya Blitzmegaplex mulai mengembangkan bisnisnya ini ke Jakarta yaitu di Grand Indonesia pada bulan Maret 2007 dan Blitzmegaplex ini mendapatkan rekor baru disana dimana pada bulan Juni 2007 dalam satu hari saja penontonnya mampu menembus angka 10.600 penonton. Hal ini dapat dikatakan sangat sesuai dengan ekspektasi awal perusahaan. Terlebih lagi melihat perkembangan perusahaan dalam 4 tahun terakhir yang mengalami peningkatan dari sektor bioskop pada tahun 2014 ke 2015 sebesar 23,17% dari Rp 224,9 miliar menjadi Rp 246,57 miliar. Hingga pada tahun 2016 mampu mencapai Rp377,84 miliar naik 53,24% dari tahun sebelumnya yang disebabkan bertambahnya jumlah bioskop Perseroan dari 19 menjadi 27 lokasi di tahun 2016.

Begitu pula pada tahun 2017 CGV Blitzmegaplex mampu memperoleh keuntungan dari sektor bioskop yang mencapai Rp 569,62 miliar, meningkat sekitar 50.76% dari tahun sebelumnya. Mengenai penjualan tiketnya pun sudah sangat

jelas mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2015 penjualannya mencapai angka 6.766.398 tiket naik 23.7% dari sebelumnya yang hanya mampu terjual 5.493.724 tiket di tahun 2014. Sama halnya dengan 2 tahun berikutnya yaitu pada tahun 2016 dan 2017 yang mengalami peningkatan dari penjualan tiketnya dari 10 juta tiket yang terjual naik hingga sekitar 15 juta tiket di tahun 2017, hal ini dapat terjadi karena banyaknya film yang menarik dan ditunggu-tunggu oleh banyak orang, selain itu juga karena perusahaan melakukan penambahan jumlah bioskop mereka dengan membuka di berbagai daerah di Indonesia.

Dengan adanya sebuah perbedaan konsep yang ditawarkan oleh perusahaan, dibandingkan kompetitornya dan kesesuaian akan apa yang di dapatkan oleh penonton dari apa yang mereka keluarkan akan membuat penonton menjadi percaya akan perusahaan dan bahkan loyal terhadap perusahaan. Hal ini menjadi pertimbangan penting bagi perusahaan agar terus menjaga semuanya tetap baik adanya. Karena perusahaan harus sadar apabila mempertahankan penonton yang sudah ada biayanya jauh lebih murah dibandingkan mencari penonton yang baru (Peter dan Olson, 2018: 45).

Tidak hanya sekedar menyajikan suatu konsep yang berbeda saja, Blitzmegaplex ingin terus mengembangkan bisnisnya ini dengan bekerjasama pada perusahaan cinema multiplex asal Korea yaitu CJ CGV. Kegiatan ini bertujuan agar mendapat suntikan dana tambahan sehingga dapat memajukan bisnisnya tersebut dan akhirnya pada tanggal 6 agustus 2015 Blitzmegaplex merubah namanya menjadi CGV Blitz.

Penyebab *rebranding* yang dilakukan oleh perusahaan karena ingin memperkuat brandnya ditengah ketatnya persaingan di dunia bioskop Indonesia. Perubahan yang terjadi bukan hanya sekedar perubahan nama atau branding saja. Melainkan perubahan ini juga diikuti dengan perkembangan teknologi yang digunakan didalam bioskop tersebut yaitu *auditorium Sphere-X* dimana layarnya yang lebih besar dari auditorium biasanya dan lebih cekung. Kemudian ada lagi yaitu teknologi 4DX yang akan membuat pengalaman menonton lebih memuaskan dan terlihat seperti kita yang menonton masuk ke dalam film tersebut.

Perbedaan harga dan fasilitas yang diberikan oleh CGV Blitz ini merupakan suatu pembedanya dengan yang lain, inilah yang ingin ditunjukkan oleh CGV pada penontonnya bahwa dari segi harga yang di tetapkan sangat sebanding dengan apa yang diberikan oleh CGV itu sendiri. Kotler dan Keller, (2017:5) mengatakan bahwa produk dikatakan memiliki nilai yang tinggi jika sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan permintaan dari penonton. Ketika semua hal tersebut dapat tercapai dan konsumen dapat merasakannya maka mereka akan merasa senang dan percaya dengan CGV Blitz. Menurut Mayer et al., (2017:12) menyatakan bahwa sebuah kepercayaan merupakan ketersediaan suatu pihak untuk mempercayai pihak lainnya atas dasar pihak yang diberikan sebuah kepercayaan mampu memberikan sesuatu yang diharapkan oleh pihak yang mempercayainya.

Dalam penerapannya di CGV Blitz Paris Van Java memberikan konsep pada desain interiornya dengan tema retro-vintage dengan tiap auditorium dilengkapi sound system Dolby 7.1 dimana hal ini merupakan salah satu bentuk strategi yang diberikan oleh pihak CGV Blitz dalam memuaskan calon

konsumennya. Experience sendiri merupakan suatu kejadian yang dialami seseorang secara pribadi ketika merespon beberapa stimuli. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Gupta dan Vajic (dalam Nasermodeli, 2017:129) dimana suatu sensasi yang didapat tersebut akan secara otomatis tersimpan dalam memori penonton. Oleh sebab itu sangat penting bagi suatu perusahaan agar mampu memberikan suatu pengalaman yang baik bagi konsumennya agar produk maupun jasa yang mereka jual dapat selalu diingat konsumen maupun selalu menjadi rekomendasi pilihannya.

Dengan semua hal yang telah di berikan oleh CGV Blitz maka perusahaan pun juga menetapkan harga dimana harga ini menjadi sebuah tanda bahwa memang yang ada di CGV Blitz memiliki nilai yang lebih. Adapun harga tiket yang di berikan oleh CGV dan perbandingannya dengan kompetitornya sebagai berikut:

Tabel 1.1

Perbandingan Harga Tiket Antara CGV, XX1, dan Cinemaxx

Nama Bioskop	Harga Tiket		
	Weekdays (Senin-Kamis)	Weekdays (Jum'at)	Weekend (Sabtu-Minggu)
CGV 2D	Rp. 35.000.00,-	Rp. 40.000.00,-	Rp. 50.000.00,-
CGV SphereX	Rp. 40.000.00,-	Rp. 45.000.00,-	Rp. 55.000.00,-
CGV 4DX 2D	Rp. 60.000.00,-	Rp. 70.000.00,-	Rp. 80.000.00,-
CGV 4DX 3D	Rp. 90.000.00,-	Rp. 100.000.00,-	Rp. 120.000.00,-
XX1 Deluxe	Rp. 30.000.00,-	Rp. 40.000.00,-	Rp. 50.000.00,-
XX1 Dolby Atmos	Rp. 50.000.00,-	Rp. 50.000.00,-	Rp. 50.000.00,-
XX1 IMAX	Rp. 50.000.00,-	Rp. 65.000.00,-	Rp. 90.000.00,-
XX1 The Premiere	Rp. 60.000.00,-	Rp. 65.000.00,-	Rp. 90.000.00,-

Nama Bioskop	Harga Tiket		
	Weekdays (Senin-Kamis)	Weekdays (Jum'at)	Weekend (Sabtu- Minggu)
Cinapolis Reguler	Rp. 40.000.00,-	Rp. 55.000.00,-	Rp. 90.000.00,-
Cinapolis Luxe	Rp. 50.000.00,-	Rp. 60.000.00,-	Rp. 100.000.00,-
Cinapolis VIP	Rp. 55.000.00,-	Rp. 75.000.00,-	Rp. 110.000.00,-
Cinapolis Macro XE	Rp. 45.000.00,-	Rp. 50.000.00,-	Rp. 75.000.00,-

Sumber: (CGV.co.id) (XX1.co.id) (Cinemaxx.co.id)

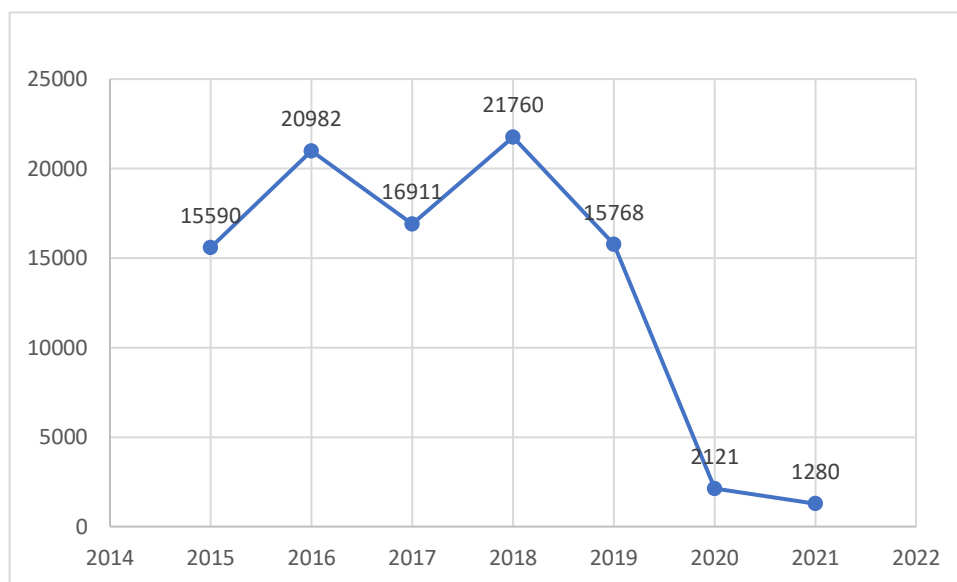
Berdasarkan tabel 1.1 diatas, terdapat perbandingan harga tiket Weekends dan Weekday yang berbeda antara CGV, XX1, dan Cinemaxx. Berdasarkan data tersebut membuktikan bahwa CGV dalam harga tiket terhitung yang paling mahal namun memiliki fasilitas yang berbeda dengan bioskop-bioskop lainnya.

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikan secara berlainan tetapi dari beberapa definisi dapat dijumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya jasa biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut: a) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan penonton. b) Kualitas mencakup produk jasa, manusia, proses dan lingkungan. c) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Pihak *management* CGV Cinemas harus bekerjasama menerapkan kinerja yang profesional dalam memberikan *service* atau layanan terbaik dan memuaskan, sehingga akan tercipta citra perusahaan yang baik dimata setiap orang yang memandangnya. CGV sebagai salah satu industri jasa untuk menarik konsumen

dengan memberikan fasilitas. Objek hiburan bioskop merupakan objek hiburan modern. Maka, objek ini lebih menonjolkan kualitas film terbaru dengan memberikan efek gambar dan suara yang dapat memukau penontonya. Juga disertai ruang kedap suara dengan tata kursi yang rapi dan nyaman sehingga pengunjung tidak berdesakan dan merasakan kenyamanan pada saat menyaksikan hiburan tersebut. Berikut adalah jumlah penonton bioskop CGV Paris Van Java dari Tahun 2015-2021:

Tabel 1.2
Jumlah Penonton Bioskop CGV Paris Van Java Tahun 2015-2021



Sumber: Data Internal CGV Paris Van Java (2022)

Dari tabel 1.2 di atas kita dapat melihat adanya kenaikan dan penurunan penonton yang sangat signifikan dari tahun 2015-2021. Pada Tahun 2015 terdapat 15.590 penonton bioskop CGV Paris Van Java, pada Tahun 2016 terdapat kenaikan penonton sebesar 20.982 orang penonton, kemudian ada penurunan penonton bioskop CGV Paris Van Java pada Tahun 2017 sebanyak 16.911 orang penonton, pada Tahun 2018 terdapat kenaikan sebanyak 21.760 orang penonton, pada Tahun

2019 mengalami penurunan penonton yang sangat signifikan sebanyak 2.121 orang, pada Tahun 2021 sebanyak 1.280 orang penonton, dan pada Tahun 2021 sebanyak 1.280 orang penonton dikarenakan pada tahun 2019-2021 Indonesia mengalami masa pandemic Covid-19.

Sesuai tabel 1.2 diatas, maka tidak salah jika para penikmat film memunculkan harapan lebih pada pelayanan yang berkualitas serta fasilitas yang bermutu dan berstandar tinggi untuk sebuah bioskop dikarenakan masyarakat telah lama melakukan isolasi mandiri dirumah dan ke bioskop pun di batasi yang menyebabkan masyarakat rindu untuk datang kembali untuk menonton film di bioskop secara langsung dan tidak di batasi lalu pada segi pelayanan terhadap para penonton merupakan unsur dasar pada sebuah tempat publik seperti bioskop di mana kualitas layanan sangat dikedepankan, contohnya keramahamahan dari staff, kecekatan petugas pemutar rol film, tanggapannya staff hingga kesabaran *customer service* dalam menangani keluhan penonton seringkali mendapat perhatian khusus dari penonton bioskop.

Berikut adalah data keluhan penonton bioskop CGV Paris Van Java yang diambil dari 30 penonton pada bulan Juni-Agustus 2021 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Daftar keluhan Penonton Bioskop CGV Paris Van Java

No	Daftar Keluhan	Bulan		
		Juni	Juli	Agustus
1	Kursi yang kotor dan berdebu	12	8	10
2	Jumlah karyawan yang sedikit menimbulkan antrian panjang.	9	16	5

No	Daftar Keluhan	Bulan		
		Juni	Juli	Agustus
3	Jika terjadi masalah karyawan kurang tanggap untuk mengatasi masalah tersebut	8	4	18
4	Telatnya pemutaran film yang disebabkan lamanya pembersihan studio	11	12	7
5	Kurang tegasnya karyawan dalam penindakan penonton yang melanggar peraturan seperti menggunakan handphone saat pemutaran film.	9	11	10

Sumber: Data Internal CGV Paris Van Java

Pada tabel 1.3 menunjukkan adanya perilaku keluhan penonton terhadap kualitas pelayanan bioskop CGV Paris Van Java, pada pernyataan nomor 1 terdapat keluhan penonton sebanyak 12 orang pada bulan Juni, pada pernyataan nomor 2 sebanyak 16 orang penonton mengeluhkan pada pernyataan nomor 2, sebanyak 18 orang penonton mengeluhkan pernyataan nomor 3 pada bulan Agustus, sedangkan pada pernyataan nomor 4 sebanyak 12 orang penonton mengeluhkan pada kualitas pelayanan CGV, dan sebanyak 11 orang penonton pada bulan Juli mengeluh terhadap kualitas penonton, itu membuktikan bahwa masih ada pelayanan yang masih kurang yang diberikan kepada penonton CGV Paris Van Java.

Pelayanan dan fasilitas haruslah menjadi perhatian oleh pihak bioskop karena sangatlah diperlukan untuk membentuk citra image bagi sebuah bioskop. Seringkali kebutuhan tersebutlah yang menjadi tolak ukur bagi sebagian orang yang berkunjung ke bioskop untuk mengukur kualitas pelayanan yang dihadirkan oleh

sebuah bioskop tersebut. Oleh karena itu, dengan mengedepankan kualitas layanan yang prima (*service excellent*), bioskop diharapkan dapat memenuhi harapan pengunjungnya sehingga terciptalah kepuasan bagi pengunjungnya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, jika kinerja memenuhi harapan maka penonton akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka penonton akan sangat puas atau senang. Menurut Kotler dalam Juniardi (2018) “Kunci untuk menghasilkan kesetiaan penonton adalah memberikan nilai penonton yang tinggi.” Kepuasan penonton menurut Handoko (2017) “yaitu kepuasan penonton merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh penonton yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh penonton”. Dalam rangka menciptakan kepuasan penonton perusahaan harus mampu menawarkan kualitas dari suatu produk dan juga pelayanannya.

CGV Cinemas membuka jaringan bioskop pertamanya di Paris Van Java Bioskop, Bandung. Paris Van Java Bandung adalah salah satu pusat perbelanjaan terbesar dan menjadi ikon di kota Bandung. Dengan lokasi yang sangat strategis, CGV Cinemas menjadi tempat menonton film favorit di kota Bandung. Dengan konsep *Cultureplex* merupakan sebuah *brand statement* yang di usung secara konsisten oleh CGV Cinemas dengan tujuan untuk memberikan pengalaman menonton film yang berbeda bagi para penontonya di Bandung.

Konsep *Cultureplex* yang diusung oleh CGV Cinemas dapat dilihat dari banyaknya tipe studio yang ditawarkan, di antaranya ada studio Regular, 3D, 4DX, dan Velvet Class. Di sini kita bisa membeli tiket untuk penayangan film reguler (2D), film 3D, juga film dengan pengalaman menonton luar biasa lewat 4DX. 4DX merupakan bioskop dengan format yang unik, karena penonton bisa menikmati film plus gerakan, aroma, percikan, tiupan angin, dan efek lainnya. Sedangkan Velvet Class merupakan kelas studio tertinggi dan ternyaman yang ditawarkan oleh CGV Cinemas.

Kemudian peneliti melakukan pra survey kepada karyawan CGV Paris Van Java kualitas pelayanan dari karyawan agar mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh CGV Paris Van Java. Berikut adalah tabel pra survey kepada karyawan CGV Paris Van Java sebanyak 30 karyawan menurut Kotler dan Keller, (2019:442) adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4

Pra Survey Kualitas Pelayanan Karyawan CGV Paris Van Java

No	Pernyataan	SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)		Total Skor	Skor Ideal	%
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N			
1.	Karyawan CGV Paris Van Java berpenampilan rapih	8	40	9	36	9	27	3	6	1	1	110	150	73%
2.	Karyawan CGV Paris Van Java cepat dan tanggap dalam melayani penonton	6	30	10	40	6	18	5	10	3	3	101	150	67%

No	Pernyataan	SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)		Total Skor	Skor Ideal	%
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N			
3.	Karyawan CGV Paris Van Java cepat tanggap dalam menanggapi keluhan penonton	7	35	11	44	7	21	3	6	2	2	108	150	72%
4.	keyakinan penonton pada kualitas pelayanan CGV Paris Van Java	6	30	9	36	11	33	2	4	2	2	105	150	70%
5.	Karyawan CGV Paris Van Java mampu berkomunikasi dengan baik	9	45	6	24	6	18	5	10	4	4	101	150	67%
Jumlah												525	750	70%
SS: Sangat Setuju S: Setuju CS: Cukup Setuju TS: Tidak Setuju STS: Sangat Tidak Setuju														
F: Frekuensi N: Frekuensi x Skor Jumlah Responden: 30 responden Jumlah Pernyataan: 5														
Skor Ideal: Skor tertinggi x Jumlah responden														

Sumber: Olah Data Peneliti, (2022)

Berdasarkan tabel 1.4 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan karyawan CGV Paris Van Java masih terbilang cukup. Hal tersebut terlihat dari total skor yang didapat sebesar 525 dari skor ideal 750 atau dengan persentase 70%. Dengan demikian kualitas pelayanan karyawan CGV Paris van Java masih terdapat masalah. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan (Lubis, 2019). Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan penyedia jasa bioskop, karena kualitas pelayanan

mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, dan memenangkan persaingan, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh penonton akan semakin tinggi (Suharyadi, 2018).

Penelitian sebelumnya yang relevan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan dilakukan oleh Lily Harjati dan Yurike Venesia (2015) dengan artikel yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Penonton Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala” Menghasilkan kesimpulan tingkat kualitas layanan yang diberikan Tiger Air Mandala kepada penonton adalah baik dan telah menyediakan penerbangan yang menyenangkan dan berkesan melalui pelayanan yang ramah. Penonton Tiger Air.

Kualitas Layanan merupakan elemen yang penting dalam sebuah bisnis, Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan penonton. Dalam pemasaran baik buruknya suatu layanan akan berpengaruh terhadap kualitas produk atau jasa yang dihasilkan dan dipersepsikan penonton (Yanuar, 2017). Sebuah bisnis dengan kualitas layanan yang tinggi maka akan memenuhi kebutuhan penonton. Peningkatan kualitas layanan juga dapat meningkatkan daya saing ekonomi. Kualitas layanan mendorong penonton untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak

kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan penonton dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Octavia, 2019).

Kasus pada objek bioskop CGV PVJ Bandung ini hasil observasi yang sangat sederhana dan dilakukan dengan rentan waktu yang cukup pendek, peneliti melihat adanya kesan pengunjung bioskop memiliki tingkat kepuasan yang rendah terhadap bioskop tersebut dikarenakan hampir setiap bioskop di Indonesia memiliki fasilitas dan kualitas layanan yang relatif serupa meski dengan desain dan konsep yang berbeda.

Fenomena tersebut membuat peneliti merumuskan dua faktor utama yang mungkin mempengaruhi tingkat kepuasan penonton bioskop CGV Cinemas PVJ Bandung yaitu Fasilitas dan Kualitas Pelayanan kedua faktor tersebut bisa di katakan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen di bioskop CGV Cinemas PVJ Bandung karena fasilitas yang baik dan nyaman akan meningkatkan kepuasan penonton. Begitupun dengan kualitas pelayanan yang di berikan apabila sesuai ekpetasi pengunjung maka kemungkinan pengunjung akan merasa puas terhadap bioskop tersebut.

Bedasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penonton Pada CGV Cinemas Paris Van Java”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Munculnya banyak bioskop baru di Kota Bandung yang dapat meningkatkan persaingan.
2. Harga tiket bioskop CGV Paris Van Java yang paling mahal di Kota Bandung.
3. CGV Paris Van Java sulit untuk mempertahankan loyalitas penonton.
4. Penonton masih belum merasa senang dan percaya dengan bioskop CGV Paris Van Java.
5. Karyawan CGV Paris Van Java tidak cepat dan tanggap dalam melayani penonton.
6. Karyawan CGV Paris Van Java belum mampu berkomunikasi dengan baik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan penonton mengenai kualitas pelayanan di CGV Cinemas Paris Van Java.
2. Bagaimana tanggapan penonton mengenai fasilitas di CGV Cinemas Paris Van Java.
3. Bagaimana tanggapan penonton mengenai kepuasan penonton pada CGV Cinemas Paris Van Java.

4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penonton pada CGV Cinemas Paris Van Java.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan dilatar belakang, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi tanggapan penonton mengenai kualitas pelayanan di CGV Cinemas Paris Van Java.
2. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi tanggapan penonton mengenai fasilitas di CGV Cinemas Paris Van Java.
3. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi tanggapan penonton mengenai kepuasan penonton pada CGV Cinemas Paris Van Java.
4. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penonton pada CGV Cinemas Paris Van Java.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian karya ilmiah ini diharapkan akan memberi manfaat kegunaan secara teoritis dan praktis kepada untuk berbagai pihak yang membaca:

1. Secara Teoritis:
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran secara nyata oleh peneliti, karena dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan dibangku kuliah.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan Kepuasan Penonton yang dilakukan oleh penonton.

2. Secara Praktis Bagi Penulis:

a. Hasil penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori manajemen pemasaran yang telah didapatkan selama perkuliahan.

b. Melatih kemampuan dalam menganalisis suatu permasalahan di dalam sebuah perusahaan.

3. Bagi Perusahaan:

a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran kepada perusahaan terhadap permasalahan yang terjadi dan bahan pertimbangan manajemen untuk pengambilan keputusan.