

BAB 1

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. Daftar bioskop besar Indonesia yaitu : 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 E Plaza Cinema, Gajah Mada cinema, Golden Theater, New star Cineplex, Rajawali Cinema, Surya Yudha Cinema, Bali Cineplex, Bioskop 88 dan lain-lain. Menurut sumber tirto.id jumlah layar bioskop yang ada di Indonesia yaitu 1.117 layar.

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 muncullah 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, pada tabel 1 adalah bioskop-bioskop yang saat ini ada di Yogyakarta

Tabel 1.1
Daftar Bioskop di Yogyakarta

No	Nama Bioskop	Perusahaan Bioskop	Tempat
1	Empire XXI	Cineplex21	Jl. Urip Sumoharjo
2	The Premiere Empire XXI	Cineplex21	Jl. Urip Sumoharjo
3	Jogja City XXI	Cineplex21	Jogja City Mall Lt. 2
4	Jogja City Premiere	Cineplex21	Jogja City Mall Lt. 2
5	Ambarukmo XXI	Cineplex21	Plaza Ambarukmo Lt. 3
6	Ambarukmo Premiere	Cineplex21	Plaza Ambarukmo Lt. 3
7	CGV Blitz	Megablitz Plex	Sahid J-Walk Mall Lt.3
8	CGV Blitz	Megablitz Plex	Hartono Mall Lt.2
9	Cinemaxx	Cinemaxx	Lippo Mall Lt 4

Sumber : berdasarkan pengamatan secara langsung

Berdasarkan tabel 1.1 perusahaan Cineplex21 adalah perusahaan bioskop yang telah menguasai banyak pasar di Yogyakarta, dilihat dari 6 bioskop yang berdiri baik di Mall maupun dengan gedung sendiri. Cineplex 21 mengubah dengan nama yang mulai diganti menjadi Cinema XXI kalangan mahasiswa karena harga yang lebih murah, namun Cineplex 21 juga memiliki bioskop untuk segmen atas karena harga tiket yang di bandrol lebih mahal dari Cinema XXI.

Yogyakarta adalah kota pelajar, yang setiap tahunnya dengan jumlah pendatang yang selalu bertambah untuk melanjutkan pendidikan di Yogyakarta terutama untuk jenjang perguruan tinggi, pada umumnya mahasiswa dan pelajar ketika mengalami stress karena sekolah atau kuliah akan memilih untuk mencari hiburan salah satunya dengan menonton film di bioskop, hal ini menjadikan bioskop menjadi salah satu pilihan terlaris sebagai tempat yang banyak dicari.

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.

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. Berikut adalah tabel harga tiket di seluruh bioskop Yogyakarta

Tabel 1.2

Daftar harga tiket film bioskop Yogyakarta

NO	HARI	CINEMA XXI	CGV BLITZ	CINEMAXX
1	Senin - Kamis	Rp. 35.000	Rp. 25.000 - Rp. 30.000	Rp. 25.000
2	Jumat	Rp. 40.000	Rp. 30.000 - Rp. 35000	Rp. 30.000
3	Sabtu - Minggu (Hari Libur)	Rp. 50.000	Rp. 35.000 - Rp. 70.000	Rp. 35.000

Sumber : (www.cineplex21.com) (www.cgvcinemas.com) (www.cinemaxx.com)

Berdasarkan tabel 2 perbandingan harga antar ketiga bioskop. Dapat kita lihat bahwa untuk hari senin hingga jumat Cinema XXI memiliki harga yang paling tinggi diantara bioskop yang lain, namun untuk hari sabtu, minggu dan hari libur CGV Blitz menetapkan harga yang lebih tinggi.

Seperti yang kita lihat pada tabel 1 bioskop Empire XXI yang merupakan 1 perusahaan dengan Cinema XXI adalah bioskop yang memiliki perbedaan tersendiri dari yang lain dilihat dari satu-satunya bioskop yang memiliki gedung yang berdiri sendiri atau tidak terletak di pusat perbelanjaan (*Mall*) ini memungkinkan bahwa Empire XXI memiliki banyak studio dibandingkan dengan pesaing, namun kelemahan dari keunggulan ini yaitu pengunjung yang ingin menonton film harus benar memiliki niat, hal ini berbeda dengan bioskop yang berada di pusat perbelanjaan (*Mall*) dikarenakan oleh pengunjung yang datang ke *Mall* lebih mudah untuk menarik konsumen karena *mall* adalah *one stop entertainment* bagi para konsumen. Pemilihan lokasi yang strategis menjadi nilai tambah bagi pesaing dan inilah yang menjadi daya Tarik tersendiri bagi Cinema XXI karena perbedaannya dari Bioskop-Bioskop lain yang ada di Yogyakarta, jika pesaing berdiri di area Mall tetapi Bioskop Cinema XXI memiliki 1 cabangnya yang memiliki gedung sendiri.

Salah satu hal yang dilakukan oleh perusahaan Cinema XXI pada Empire XXI adalah membuat lahan parkir yang luas, area menunggu yang nyaman, pelayanan yang baik, dan melakukan kerja sama dengan *Starbuck* kafe. Salah satu

kualitas layanan yang diberikan oleh Empire XXI yaitu memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan akses update film melalui Media internet yang bisa dilakukan dimanapun. Dan Cinema XXI menyediakan aplikasi sendiri yang bisa di download sehingga lebih memudahkan konsumen untuk melihat update film.

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 Cineplex21 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.

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.

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.

Penelitian ini merupakan replikasi pada penelitian yang dilakukan oleh Adhikara dan Sugiono (2015) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang jasa *english course* (studikusus pada konsumen ILP *English course* Semarang)”. Dengan menjelaskan variabel independen yaitu harga, kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan merek, *brand image*, lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang. Namun peneliti hanya menggunakan variabel harga, kualitas layanan, dan *brand image* dalam variabel independen, karena harga yang dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan layanan yang didapatkan dan hal ini membuat citra perusahaan menjadi baik dimata konsumen, hal ini mampu membuat konsumen untuk membuat keputusan pembelian ulang, maka karena hal ini peneliti tidak mencantumkan kepuasan, kepercayaan dan lokasi.

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

B. Rumusan Masalah

1. Apakah citra merek, persepsi harga, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang konsumen di Bioskop Cinema XXI Yogyakarta?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang konsumen di Bioskop Cinema XXI Yogyakarta?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang konsumen di Bioskop Cinema XXI Yogyakarta?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang konsumen di Bioskop Cinema XXI Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis citra merek, persepsi harga, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang konsumen di Bioskop Cinema XXI Yogyakarta
2. Menganalisis citra merek berpengaruh terhadap keputusan konsumen pembelian ulang di Bioskop Cinema XXI Yogyakarta
3. Menganalisis persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen pembelian ulang di Bioskop Cinema XXI Yogyakarta
4. Menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pembelian ulang di Bioskop Cinema XXI Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan peneliti 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

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan mengenai citra merek, persepsi harga, dan kualitas layanan dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian ulang.

2. Bagi Cinema XXI Yogyakarta

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

3. Bagi Masyarakat

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