

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini semakin pesat, salah satunya dalam bidang retail yaitu *entertainment*. Bidang *entertainment* yang cukup banyak peminatnya adalah film. Seperti yang sudah diketahui pada umumnya bahwa teater film atau yang lebih dikenal dengan bioskop, menjadi salah satu tempat atau sarana umum masyarakat untuk melakukan kegiatan refreshing singkat dan ringan. Pada era digital dimana hiburan film semakin beragam seperti adanya Netflix, Mola TV, Vidio, dan sebagainya. *Platform streaming* tersebut menyajikan layanan menonton film tanpa iklan dan kemudahan menonton dimanapun dan kapanpun. Namun streaming service juga memiliki kekurangan dimana pengguna diharuskan membayar biaya berlangganan dalam waktu yang ditentukan. Sedangkan bioskop menyajikan film premium, yang memberikan pengalaman menonton yang realistis, dan mendapatkan pelayanan yang eksklusif. Salah satu bioskop yang sudah dikenal di kalangan masyarakat yaitu CJ CGV. Dengan menonton di bioskop CJ CGV kita memiliki pengalaman yang berkesan, karena pelanggan mendapatkan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan oleh CJ CGV. Seperti pelayanan prima, yang dimaksud dalam pelayanan prima ini adalah yang ada empat unsur pokok pelayanan prima yang disajikan oleh CJ CGV Transmart Cempaka Putih: kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan yang terintegrasi sesuai dengan nilai dasar dari perusahaan.

CJ CGV merupakan salah satu merek bioskop ternama di Indonesia, bahkan sudah terkenal di beberapa negara lainnya. CJ CGV adalah perusahaan bisnis bioskop multiplex terbesar di Korea Selatan. Yang memiliki cabang di Tiongkok, Vietnam, Indonesia, dan Amerika Serikat. CJ CGV memiliki makna yaitu; *Culture* (Budaya), *Great* (Hebat), dan *Vital* (sangat penting) sedangkan CJ sendiri memiliki makna Cheil Jedang. CJ CGV sudah memiliki 85 Lokasi, 681 Layar, dan 100 ribu kursi di Korea. Di Indonesia sendiri CJ CGV telah tersebar di 34 Kota Besar dengan total 68 cinema. CJ CGV memiliki 8 tipe auditorium, yaitu; *Regular Class*, *3D*, *4DX*, *Sphere-X*, *Starium*, *Screen X*, *Gold Class*, *Satin Class*, *Velvet Class*

CJ CGV Transmart Cempaka Putih juga menyajikan jam tayang yang beragam, mulai dari *morning show* (08.00am) sampai *midnight show* (00.00pm). Terdapat lima (5) auditorium di CJ CGV Transmart Cempaka Putih, dalam setiap auditorium dapat menyajikan beberapa film dari berbagai *genre*. Dari *genre Romantic, Horror, Comedy, Hollywood*, bahkan *Bollywood* dan *Anime* sekalipun.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di dunia hiburan CJ CGV selalu berupaya untuk menciptakan kualitas yang sesuai dengan harapan yang jauh lebih baik agar dapat menghadapi persaingan dengan *competitor* yang ada. Maka dari itu untuk mengoptimalkan dan mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi, CJ CGV dapat melakukan peningkatan dan mempertahankan beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, ekuitas merek keputusan pembelian tiket di CJ CGV.

Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012:157) bahwa kualitas pelayanan ialah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Salah satu kualitas pelayanan yang baik dapat terlihat dalam beberapa hal, seperti kecepatan proses bertransaksi baik secara online ataupun offline, daya tanggap yang baik terhadap seluruh konsumen serta dengan memiliki staf yang ber-*attitude* baik kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Armstong (2014:259) *product* adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk menarik perhatian, perolehan, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin dapat memuaskan pelanggan. Dalam arti luas produk juga termasuk dalam servis, acara, orang, tempat atau campuran dari variabel diatas.

Kotler dan Keller (2014:258) *American Marketing Association* mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya. Seperti yang kita ketahui bahwa CJ CGV sudah cukup terkenal dan mudah diingat oleh masyarakat yang ada, karena sejauh ini CJ CGV dapat diterima dan konsumen memberikan rasa kepercayaannya kepada CJ CGV agar bisa menjadi salah satu tempat hiburan, sehingga konsumen merasa puas dan melakukan keputusan pembelian.

CJ CGV dalam masa pandemi mengalami fluktuasi pengunjung akibat peraturan Pemerintah mengenai PPKM (Pembatasan Pemberlakuan Masyarakat) yang mengatur tempat hiburan diwajibkan tutup total selama PPKM berlangsung

**Table 1.1 Data Jumlah Penonton Tahun 2021**

BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG
JANUARI	2.320
FEBRUARI	1.270
MARET	2.251
APRIL	2.872
MEI	2.890
JUNI	4.870
JULI	CLOSE
AGUSTUS	CLOSE
SEPTEMBER	1.182
OKTOBER	4.025
NOVEMBER	7.480
DESEMBER	21.540

Sumber: CJ CGV Transmart Cempaka Putih (2021)

Sehubungan dengan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Nonton di CJ CGV Transmart Cempaka Putih”**.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan CJ CGV Transmart Cempaka Putih belum sesuai dengan visi misi perusahaan.
2. Kualitas produk yang beragam membuat pelanggan kesulitan menentukan pilihan produk.
3. CJ CGV Transmart Cempaka Putih bukan salah satu pilihan pertama untuk menonton.
4. CJ CGV Transmart Cempaka Putih kurangnya pilihan genre film.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Masalah-masalah yang dikemukakan di atas merupakan masalah yang luas sehingga tidak mungkin untuk diteliti dalam suatu kesempatan sekaligus. Agar pembahasan lebih mendalam dan terpusat pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan untuk mendapatkan hasil yang optimal perlu adanya pembatasan masalah, Adapun pembatasan

masalah dalam penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Nonton di CJ CGV Transmart Cempaka Putih.

#### **1.4. Perumusan Masalah**

Setelah menguraikan latar belakang masalah seperti diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih?
2. Apakah secara parsial ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih?
3. Apakah secara parsial ada pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih?
4. Apakah secara simultan ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan ekuitas merek secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih.
2. Untuk mengetahui ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih.
3. Untuk mengetahui ada pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih.

Untuk mengetahui ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan ekuitas

4. merek secara bersama - sama terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya yaitu:

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian tiket nonton di CJ CGV Transmart Cempaka Putih, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Graha Layar Prima untuk mengetahui factor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, ekuitas merek terhadap keputusan pembelian di CJ CGV Transmart Cempaka Putih.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penelitian khususnya dibidang manajemen pemasaran.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan suatu gambaran terhadap penulisan yang ingin disampaikan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai berbagai hal yang ingin dibahas oleh penulis, yang dibagi menjadi beberapa Bab. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

### **BAB II           LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada di dalam penelitian.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.