

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *platform* pemutaran film mengalami peningkatan, termasuk juga di Indonesia. Menurut Trizki Amalia dalam kumparan perkembangannya terbilang signifikan, selama 5 tahun terakhir, perubahan perfilman di Indonesia selalu berbeda. Perubahan industri film dapat dipelajari secara periodik dengan menggunakan teori industri budaya.

Komodifikasi film memang menjadi bidang usaha yang bagus karena mendatangkan keuntungan. Di Indonesia setiap tahunnya *genre* film yang ditayangkan sangat beragam, mulai dari *genre* remaja, *romance*, komedi, *action*, sampai pendidikan. Di zaman digital ini dengan segala kemudahan yang ditawarkan, ada berbagai macam pilihan *platform* digital untuk menonton film dari mana saja dengan bermodalkan smartphone, laptop, atau televisi pintar. Film adalah bentuk hiburan yang menarik bagi orang-orang dari segala kalangan dan usia. Apalagi sekarang persediaan film berbagai macam jenisnya yang menarik selera banyak orang.

Bioskop menjadi salah satu *platform* yang saat ini digemari untuk menonton film. Dikutip dari Good News From Indonesia pilihan bioskop pun semakin beragam dan menawarkan keistimewaan masing-masing, baik dari segi kenyamanan di studio, hingga pengalaman menonton yang berbeda dari segi audio, visual, dan fasilitas.

**Tabel 1.1 15 Film Indonesia peringkat teratas**

<b>15 Film Indonesia peringkat teratas dalam perolehan jumlah penonton pada tahun 2022 berdasarkan tahun edar film</b>		
<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Penonton</b>
1	KKN Desa Penari	10.058.788
2	Pengabdian Setan 2 Communion	6.390.970
3	Miracle in Cell No 7	5.852.916
4	Ngeri-ngeri Sedap	2.886.121
5	Ivanna	2.793.775
6	Sayap-Sayap Patah	2.426.086
7	Mencuri Raden Saleh	2.350.741
8	Kkukira Kau Rumah	2.220.180
9	The Doll 3	1.764.077
10	Qodrat	1.751.637
11	Jailangkung Sandekala	1.546.295
12	Qorin	1.323.008
13	Kuntilanak 3	1.313.304
14	Argantara	1.001.049
15	Keramat 2 Caruban Larang	918.099

*Sumber : filmindonesia.or.id*

Terdapat tiga bioskop yang menjadi favorit dan yang terkenal di Indonesia yaitu, Cinema XXI, CGV, dan Cinépolis atau Cinemaxx yang memiliki jaringan terbesar di Indonesia. Ketiga bioskop tersebut berada di bawah naungan perusahaan dan berasal dari negara yang berbeda. Terdapat beberapa perbedaan dari ke tiga bioskop tersebut, yang pertama dari harga. Sebagai salah satu bioskop yang dikenal dengan harga yang cukup affordable Cinema XXI menawarkan harga yang cukup bervariasi mulai dari Rp. 25.000- Rp 200.000. Harga disesuaikan dengan lokasi Cinema XXI, jenis studio, hari dan film yang dipilih. Sementara untuk CGV, bioskop yang sering dikatakan paling elegan dan canggih ini memang mematok harga yang lebih tinggi

dibandingkan dengan Cinema XXI. Untuk harga satu tiket bioskop di CGV, konsumen harus mengeluarkan uang mulai dari Rp.35.000 hingga Rp.200.000. Harga yang ditawarkan juga akan disesuaikan dengan jenis studio, film, hingga hari yang dipilih. Harga yang ditawarkan oleh Cinépolis sangatlah terjangkau, di beberapa lokasi bioskopnya tiket paling murah bisa didapatkan mulai dari Rp.25.000 saja. Sedangkan untuk tiket termahalnya, konsumen bisa saja mengeluarkan dana hingga Rp.200.000 untuk jenis studio tertentu. Selain harga ketiga bioskop tadi memiliki kategori film yang berbeda.

Cinema XXI, CGV dan Cinépolis selain menayangkan film-film *mainstream* dari Hollywood, ternyata juga menayangkan film yang memiliki *genre* dan kriteria film yang berbeda. Di CGV, memiliki ciri khas film yang ditayangkan seperti film Asia dan film festival. Film-film yang berasal dari Thailand, India, Jepang hingga Korea Selatan sudah sangat sering ditayangkan di CGV. Sedangkan film-film *mainstream* yang sering digandrungi masyarakat umumnya ditayangkan di Cinema XXI. Cinema XXI lebih memprioritaskan dan mengandalkan film lokal hingga berbagai film Hollywood. Dibandingkan CGV dan Cinema XXI, Cinépolis hanya sedikit menayangkan film terutama untuk film lokal, Cinépolis hanya menayangkan film-film dengan rating tertinggi dan spesial dengan popularitas tinggi.. Namun banyak sekali film Barat, terutama untuk film-film Hollywood populer yang ditayangkan di Cinépolis. Setelah persaingan harga, jenis-jenis studio yang ditawarkan oleh CGV, Cinema XXI dan Cinépolis juga cukup berbeda. CGV jauh lebih unggul karena memiliki delapan pilihan studio dengan

berbagai teknologi yang mutakhir yaitu studio 4DX dan ScreenX yang menyuguhkan layar berteknologi tinggi dan *experience* yang lebih nyata kepada para penontonnya. Sedangkan untuk Cinema XXI, waralaba bioskop terbesar di Indonesia ini hanya menyuguhkan empat jenis studio saja; studio Regular, Dolby Atmos, IMAX dan The Premier. Sementara untuk Cinépolis hanya memiliki enam jenis studio yang bisa dicoba. Namun *experience* menonton yang diberikannya, terasa jauh lebih eksklusif dibandingkan dengan CGV dan XXI.



Gambar 1. 1 Jumlah layar bioskop di Indonesia  
Sumber : tempo.co

Dari data di atas terlihat Cinema 21 menempati posisi paling atas dalam jumlah layar bioskop 1024 yang ada di Indonesia. Cinema 21, merupakan kelompok bioskop terbesar di Indonesia yang memulai kiprahnya di industri hiburan sejak tahun 1987. Cinema XXI berada di bawah naungan PT Nusantara Sejahtera Raya. Memiliki pengalaman lebih dari 34 tahun di industri hiburan, Cinema XXI berkomitmen untuk selalu memberikan pengalaman dan kenyamanan menonton terbaik untuk masyarakat Indonesia. Sampai dengan

Januari 2021, Cinema XXI telah mendirikan 1.216 layar di 225 lokasi bioskop yang tersebar di 53 kota di seluruh Indonesia, dan akan terus berkembang dalam lima tahun ke depan untuk mencapai target 2000 layar. Di Yogyakarta sendiri sudah berdiri 4 bioskop XXI yaitu Ambarrukmo XXI, Empire XXI, Jogja City XXI dan Sleman City Hall XXI. Sleman City Hall XXI merupakan bioskop yang usianya paling muda dibanding dengan bioskop Cinema 21 yang ada di Yogyakarta karena baru dibuka pada 14 November 2020. Bioskop Sleman City Hall XXI berlokasi di Mall Sleman City Hall Lt. 2, Jln. Gito Gati, Deggung, Tridadi, Kec. Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Bioskop Sleman City Hall XXI berada di dalam Mall Sleman City Hall. Sleman City Hall XXI dilengkapi dengan 5 studio *deluxe* yang mampu menampung hingga 640 penonton. Kapasitas yang megah tersebut tentunya membuat bioskop ini menjadi destinasi yang tepat untuk menonton film-film favorit bersama pasangan, teman, rekan kerja hingga keluarga. Sesuai dengan ciri Cinema XXI, Sleman City Hall XXI juga difasilitasi dengan sajian kuliner khas cafe CINEMA 21 yang menggoda selera. Tentunya menu-menu tersebut menjadi 'pasangan' tepat untuk menemani konsumen kala menyaksikan film-film berkualitas dari dalam maupun luar negeri. Perbedaan dalam harga, Sleman City Hall XXI menawarkan harga yang lebih murah dibanding dengan Bioskop XXI yang lain. Untuk dapat menikmati pertunjukan 2D dan 3D di Sleman City Hall XXI, konsumen hanya dikenakan harga tiket masuk (htm) sebesar Rp.30.000,- (Senin sampai Kamis), Rp.35.000,- (Jumat), dan Rp.40.000,- (Sabtu atau Minggu atau Hari Libur).

Dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian, konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadi pertimbangan seperti lokasi, harga, kualitas pelayanan, *word of mouth*, kualitas produk, citra merek, sikap merek serta gaya hidup. Faktor pertama yang menjadi pertimbangan yaitu lokasi, lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan tingkat kunjungan konsumen sehingga memungkinkan tingkat pembelian lebih tinggi dan penjualan akan meningkat (Santoso dan widowati, 2011). Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Akhmad Rajabiyantor, Ida Bagus nyoman Udayana, Barnadetta Dian septi Maharani (2022), dengan judul penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menonton Di Bioskop Yogyakarta (Studi Pada Penonton Bioskop Yogyakarta), dimana hasilnya menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton, sedangkan penelitian Ullya Rahmi Aswin dan Danny Hidayat (2019), dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Sikap Merek, Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap Niat Menonton Di Cinema XXI Kota Padang menunjukkan hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Persepsi harga sebagai representasi persepsi konsumen atau persepsi subjektif terhadap harga obyektif produk (Chang dan Wildt dalam Kaura, 2012).

Penelitian terdahulu pernah dilakukan Akhmad Rajabiyonor, Ida Bagus nyoman Udayana, Barnadetta Diansepti Maharani (2022), dengan judul penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menonton Di Bioskop Yogyakarta (Studi Pada Penonton Bioskop Yogyakarta), hasil penelitiannya menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton, sedangkan penelitian Ullya Rahmi Aswin dan Danny Hidayat (2019), dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Sikap Merek, Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap Niat Menonton Di Cinema XXI Kota Padang, menunjukkan hasil bahwa niat menonton Cinema XXI tidak dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi harga.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller, (2012) kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Nanda Puspitalia dan Sasi Agustin (2018), dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Menonton, dimana hasilnya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton, sedangkan penelitian Alex Wiranata dan Islamuddin (2021) , dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Bencoolen XXI, menunjukkan hasil bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop.

Melalui penjelasan berbagi teori dan hasil penelitian di atas terdapat hasil yang berbeda, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON DI BIOSKOP SLEMAN CITY HALL XXI YOGYAKARTA”**.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton di bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta ?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton di bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton di bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta ?

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Variabel yang diteliti yaitu Lokasi (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Keputusan Menonton (Y) di bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta.
- b. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menonton di bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta.
- c. Penelitian dilakukan bulan Januari 2023.

#### **D. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan menonton di bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan menonton di bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menonton di bioskop Sleman City Hall XXI Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan pengambilan keputusan perusahaan terkait peningkatan kualitas pelayanan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konsep manajemen utama di bidang manajemen pemasaran serta informasi mengenai keputusan pembelian.

3. Bagi STIM YKPN

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang akan meneliti dan menyusun penelitian yang berkaitan dengan keputusan pembelian berdasarkan tentang konsep manajemen pemasaran.