

PENGARUH KUALITAS FILM DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENONTON (Studi Pada Penonton Bioskop Cinema XXI di Transmart Padang)

Dedi Mardianto*¹, Syahril², Deby Handayani³

^{1,2,3} Universitas Sumatera Barat; Pariaman

e-mail: *¹dedimardianto91@gmail.com²syahrilrajomulie63@gmail.com,

³debyhandayani45@gmail.com

Abstract: *The study aims to test simultaneously and partially the influence of film quality, community effects and service quality on interest in watching the Cinema XXI on the Transmart Padang. The use of this variable is expected to find out the factors that influence interest in watching the product (film). This study uses a sample of 100 respondents, namely moviegoers in the Transmart Padang through distributing questionnaires using the non random sampling method. The results of the study showed that film quality, community effects and service quality had a positive effect on interest in watching.*

Keywords: *film quality, community effects, service quality, and interest to watching*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara simultan dan secara parsial pengaruh kualitas film, efek komunitas dan kualitas layanan terhadap minat menonton pada penonton Bioskop Cinema XXI di Transmart Padang. Penggunaan variabel ini diharapkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menonton produk (film). Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden, yaitu penonton bioskop di Transmart Padang melalui penyebaran kuesioner dengan metode Non Random Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Film, Efek Komunitas dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap minat menonton

Kata kunci: Kualitas Film, Efek Komunitas, Kualitas Layanan, Minat Menonton

1. Pendahuluan

Pada era saat ini, dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari terutama di kota-kota besar seperti Padang banyak orang selalu sibuk dengan pekerjaan dan rutinitas harian sehari-hari. Hal ini menyebabkan banyak orang pasti membutuhkan suatu sarana untuk melepas ketegangan akibat rutinitas yang mereka lakukan. Karena jika bekerja terlalu lama maka mereka akan jenuh dengan pekerjaannya dan akan menyebabkan stres. Menurut Richard (2010) Stres adalah suatu proses yang menilai suatu peristiwa sebagai sesuatu yang mengancam ataupun membahayakan dan individu merespon peristiwa itu pada level fisiologis, emosional, kognitif, dan perilaku. Peristiwa yang memunculkan stres dapat saja positif, misalnya merencanakan perkawinan atau negatif, seperti kematian keluarga.

Definisi lain diungkapkan oleh Sutherland dan Cooper bahwa stres adalah pengalaman subjektif yang didasarkan pada persepsi terhadap situasi yang tidak semata-

mata tampak dalam lingkungan. Untuk menghindari hal tersebut, ketika sudah merasa jenuh, dapat diantisipasi dengan melakukan hiburan menonton film. Menonton film dapat dilakukan didalam rumah dengan menonton acara di televisi, VCD, DVD. Menonton film pun dapat dilakukan di luar yaitu bioskop. Menurut Lupiyoadi (2013) salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL (Servqual Quality)* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa : reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sumbangan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. Menurut Fandy Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan menimbulkan minat untuk membeli atau tidak. Kesan kualitas memberikan nilai dalam beberapa bentuk diantaranya adalah alasan untuk membeli. Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua konsumen, maka daya tarik pada kategori produk semakin bertambah pada mereka dan akan meningkatkan kemungkinan bilamana konsumen tersebut mengadopsi pembaharuan dan melakukan pembelian. Semakin *up to date* film yang ditawarkan kepada konsumen untuk ditonton, amak semakin banyak penonton yang akan menonton di bioskop ini Selain itu keberadaan komunitas konsumen di sekitar kita merupakan suatu fenomena yang menarik untuk diamati. Keberadaan komunitas konsumen ini sangatlah menarik untuk dibahas karena ternyata memiliki dampak bagi dunia pemasaran. Komunitas bukanlah bahasa baru dalam ruang lingkup sosial. Komunitas sendiri didefinisikan sebagai unit spasial atau unit politik dari suatu organisasi sosial yang dapat memberikan individu perasaan kebersamaan atau perasaan saling memiliki. Perasaan kebersamaan ini bisa didasarkan atas kebersamaan daerah tempat tinggal seperti kota tertentu atau hubungan ketetanggaaan dan perasaan kebersamaan ini juga didasarkan dengan adanya perasaan saling memiliki identitas yang sama. Konsumen bioskop biasanya sangat menyukai adanya acara “nonton bareng”. Maka ketika konsumen menginginkan untuk menonton di bioskop maka mereka lebih cenderung memutuskan menonton bersama dengan komunitas atau orang-orang terdekat mereka. Berdasarkan ulasan dan uraian di atas, maka penelitian ini akan membahas tentang PENGARUH KUALITAS FILM DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENONTON PADA PENONTON BIOSKOP CINEMA XXI DI TRANSMART PADANG.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka minat menonton pun dapat dipengaruhi beberapa faktor, dalam hal ini kualitas film dan kualitas layanan. Untuk itu sangat perlu diketahui pengaruh perilaku konsumen dalam menentukan minat untuk menonton bioskop. Dengan pertanyaan penelitian yang akan diajukan adalah sebagai berikut: (1) Apakah terdapat pengaruh kualitas film terhadap minat menonton? (2) Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat menonton? (3) Apakah terdapat pengaruh kualitas film, efek komunitas dan kualitas layanan terhadap minat menonton konsumen bioskop Cinema XXI di Transmart Padang?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk melihat pengaruh kualitas film terhadap minat menonton. (2) Untuk melihat pengaruh kualitas layanan terhadap minat menonton. (3) Untuk melihat pengaruh kualitas film dan kualitas layanan terhadap minat menonton terhadap konsumen bioskop Cinema XXI di Transmart Padang.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kualitas Film

Menurut Kotler dan Keller (2012), Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide-ide. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

2.2 Kualitas Pelayanan

Saat ini semua industri yang bergerak di bidang barang maupun jasa harus memperhatikan segi pelayanan mereka. Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Menurut Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

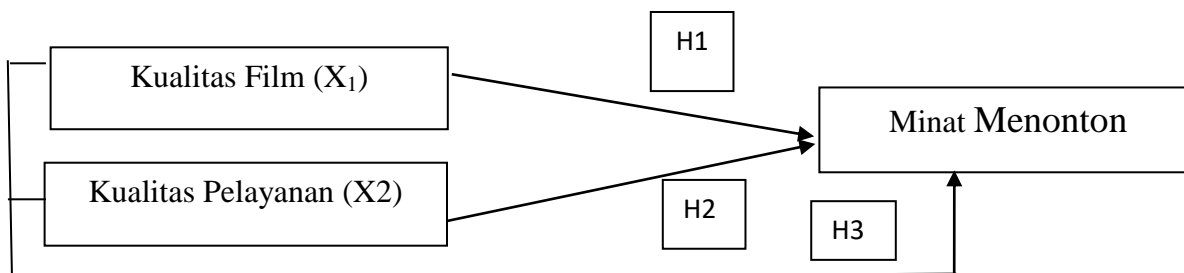
Menurut Fandy Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Definisi lain kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012) merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selanjutnya definisi kualitas pelayanan menurut Mauludin (2013) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

2.3 Minat Menonton

Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi. Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, lalu muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya.

2.4 Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka konseptual penelitian



2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau sementara terhadap suatu masalah yang akan diteliti, dimana kebenarannya masih harus dilakukan pengujian atau dibuktikan kebenarannya. Hipotesis merupakan suatu untuk mencari fakta yang harus dikumpulkan. Berdasarkan latar belakang masalah dan kajian teori maka hipotesis dari penelitian ini adalah: (1) H3: Diduga kualitas film dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menonton. (2) H1: Diduga kualitas film berpengaruh positif terhadap minat menonton. (3) H2: Diduga kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat menonton.

3. Metode Penelitian

Menurut Ghozali (2013), alat yang digunakan untuk mengukur valid tidak suatu kuisisioner yaitu menguji Validitas. Apabila pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner, maka kuisisioner tersebut dinyatakan valid. Untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan valid atau tidaknya apabila memiliki correlation item total correlation > 0,30. Sekaran (2010) mengemukakan bahwa reliabilitas merupakan konsistensi dan stabilitas dari pengukuran instrumen. Dengan demikian, reliabilitas mencakup dua hal utama yaitu stabilitas ukuran dan konsistensi internal ukuran. Untuk mengetahui reliabilitas masing-masing variabel penelitian digunakan nilai *Cronbach's alpha* minimal 0,70.

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan untuk mencari peramalan, maka dilakukan uji asumsi klasik data yang diolah, terdiri dari uji normalitas, uji linierritas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedasitas

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

| Pertanyaan | Kualitas Film | | Kualitas Layanan | | Minat Menonton | |
|------------|------------------------------|------------|------------------------------|------------|------------------------------|------------|
| | Corrected Item-oal corelaion | keterangan | Corrected Item-oal corelaion | keterangan | Corrected Item-oal corelaion | keterangan |
| Butir | 0,513 | valid | 0,666 | Valid | 0,625 | valid |

| | | | | | | |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 27 | valid | 00 | Valid | 566 | valid |
| | 24 | valid | 0,796 | Valid | 563 | valid |
| | 0,602 | valid | 0,754 | valid | 585 | Valid |
| | 0,723 | valid | 0,685 | valid | 0,653 | Valid |
| | 0,606 | valid | 0,704 | valid | 0,643 | valid |
| | 0,697 | valid | 0,657 | valid | 0,657 | valid |
| | 0,663 | valid | 0,504 | valid | 0,714 | valid |
| | 0,620 | valid | | | | |
| | 0,608 | valid | | | | |
| <i>Cronbach's Alpha</i> | 0,753 | | 0,769 | | 0,757 | |

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan data pada tabel diatas terlihat bahwa pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai *corrected item-total correlation* diatas 3,00 nilai cronbach's alpha memiliki nilai di atas 0,70.

4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan untuk mencari peramalan, maka dilakukan uji asumsi klasik data yang diolah, terdiri dari uji normalitas, uji linierritas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedasitas.

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Guna menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan nalisis Regersi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas film dan kualitas layanan terhadap minat menonton di Bioskop Cinema XXI Transmart Padang.

Tabel 2 Hasil Koefisien Regresi Variabel

| No | Keterangan | Nilai Koefisien Regresi |
|----|--------------------|-------------------------|
| 1 | (Constant) | 12,944 |
| 2 | Promosi | 0,265 |
| 3 | Kualitas Pelayanan | 0,301 |

Sumber : data primer SPSS16, 2019

$$Y = 12,944 + 0,265 X_1 + 0,301 X_2$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan apabila kualitas film tetap dan kualitas layanan tetap maka kualitas film dan kualitas layanan terhadap minat menonton turun.

4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variabel-variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya.

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagaimana dapat dilihat pada tabel dbawah ini sebagai berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .622 ^a | .387 | .374 | 2.779 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas Film

b. Dependent Variable: Minat Kunjung

Sumber : data primer SPSS16, 2019

Hasil analisis pada tabel 4.17 variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai R Square 0,387 atau 38,7%. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni Promosi dan Kualitas Pelayanan sebesar 38,7% terhadap variabel terikat (Y).

4.4 Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji t. Pengujian melalui uji sig > α (0,05). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 Hasil Uji t

| Variabel bebas | t-hitung | Sig. T |
|------------------|----------|--------|
| Kualitas Film | 4.207 | .000 |
| Kulaitas Layanan | 4.585 | .000 |

Sumber : data primer SPSS16, 2019

Berdasarkan tabel 4.18 di atas ditemukan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap minat kunjung dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat kunjung.

1. Pengaruh Kualitas Film terhadap Minat Menonton. Dari Tabel 4.14 terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis kualitas film menunjukkan nilai thitung sebesar 4,207 dengan taraf signifikan 0,000. Taraf signifikan tersebut kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak Ho dan menerima Ha, dengan demikian berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas film dengan minat menonton.
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Menonton. Dari Tabel 4.14 terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis kualitas layanan menunjukkan nilai thitung sebesar 4,585 dengan taraf signifikan 0,000. Taraf signifikan tersebut kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak Ho dan menerima Ha, dengan demikian berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dengan minat menonton.

4.5 Uji f

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah variabel X (promosi dan kualitas pelayanan) yang dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (minat kunjung). Hasil analisis regresi secara simultan diperoleh pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji F

| Variabel | F hitung | Sig F |
|------------|----------|-------------------|
| Regression | 30.630 | .000 ^a |

Hasil uji F pada Tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa tingkat Fhitung sebesar 30,630 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas film dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menonton pada penonton Bioskop di Cinema XXI Transmart Padang.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Film berpengaruh signifikan positif terhadap minat menonton di Bioskop Cinema XXI Transmart Padang karena nilai koefisien regresi bernilai positif yaitu 0.000 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Karena semakin bagus dan baik kualitas film maka akan menambah minat menonton di Bioskop.
2. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menonton Bioskop di Cinema XXI Transmart Padang karena nilai koefisien regresi bernilai positif yaitu 0,000 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola Bioskop maka akan memunculkan rasa nyaman bagi para pengunjung yang akan menonton, jadi bisa dikatakan kualitas layanan mempengaruhi minat menonton Bioskop di Cinema XXI Transmart Padang.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas film dan kualitas layanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menonton Bioskop di Cinema XXI Transmart Padang dapat dilihat dari Fhitung sebesar 30,630 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas film dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menonton

Daftar Pustaka

- [1] Aniek Indrawati. *Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen*. jurnal ekonomi bisnis, th. 16, no. 1, maret 2011.
- [2] Arikuntoro, Suharsimi. 2006. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Penerbit PT Rineka Cipta.
- [3] Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta : Rajawali Press, 2010)
- [4] Ferdinand, 2006. *Dimensi minat beli konsumen*. Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- [5] Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [6] Kotler, & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- [7] Kotler, Philip & Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jakarta : Erlangga.
- [8] Lalitamanik, Ratri. 2014. Pengaruh Activity, interest, opinion (AIO) dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film di Bioskop E-Plaza Semarang.
- [9] Mardiasrika, Ema. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton Dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- [10] Mowen, Dinawan. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Analisis Data*. Natalia Puji, Lestari. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong).

- [11] Ramadhani, Aditia Fakhri. 2013. Analisis Pengaruh Promosi, Efek Komunitas, Reputasi Perusahaan, Harga, Dan Kompetensi Tenaga Marketing Terhadap Minat Konsumen Mengambil Kredit Di PT BPR Weleri Makmur Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 12(1), hal.1-25
- [12] Sadi. 2018. "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semarang).
- [13] Shandy Widjoyo, Putro. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya
- [14] Sugiyono, 2011. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Bandung : Penerbit Alfabeta.
- [15] Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1998/1999)
- [16] Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: P.T Remaja Rosdakarya Bandung.
- [17] Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2001 "*Total Quality Management*". Yogyakarta : Penerbit Andi.
- [18] Tjiptono, Sunyoto. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [19] Widjoyo Putro Shandy, Karina Ritzky. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya.
- [20] Wimahayana Adnyana, I Putu dan Seminari, Ni Ketut. 2018. Pengaruh Lifestyle, Efek Komunitas dan Fitur Produk terhadap Brand Switching Warung Internet ke Wifi ID Corner (Studi pada *Wifi Id Corner* di Denpasar)