

**PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pengguna Jasa Bioskop Cinema XXI di Centre Point Kota Medan)**

Novi Yansha¹⁾ Feronica Simajorang, S.Sos, M.AB²⁾
Universitas Sumatera Utara

Correspondence		
Email: Noviyansha2362000@gmail.com ¹⁾ , Feronicasimanjorang@usu.ac.id ²⁾	No. Telp:	
Submitted: 4 Maret 2024	Accepted: 13 Maret 2024	Published: 14 Maret 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan studi pada pengguna jasa Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan. Pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan tersebut akan dianalisis secara parsial dan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan. Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik purposive sampling dan menggunakan 100 responden sebagai sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini variabel harga (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna jasa bioskop cinema XXI Centre Point Kota Medan, variabel fasilitas (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan, variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan, serta berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi atau nilai R Square juga menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,2% dapat dijelaskan oleh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan, sisanya 29,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine the effect of price, and service quality on customer satisfaction study on service users of Cinema XXI Centre Point Medan City. The effect between price and service quality will be analyzed partially and simultaneously on customer satisfaction of Cinema XXI Centre Point Medan City service users. The form of research used in this study is quantitative research with an associative approach. Sampling is done through purposive sampling techniques and uses 100 respondents as samples. The data analysis methods used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis tests using SPSS. The results of this study the price variable (X_1) has a significant effect on customer satisfaction (Y) on XXI cinema service users Centre Point Medan City, the facility variable (X_2) has a significant effect on customer satisfaction (Y), the service quality variable (X_3) has a significant effect on customer satisfaction (Y) on users of cinema XXI cinema services at Center Point Medan City, and based on the results of the coefficient of determination or R Square value also shows that the customer satisfaction variable of 70.2% can be explained by price, facilities and service quality, the remaining 29.8% is influenced by other variables not discussed in this study.

Keywords: Price, Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

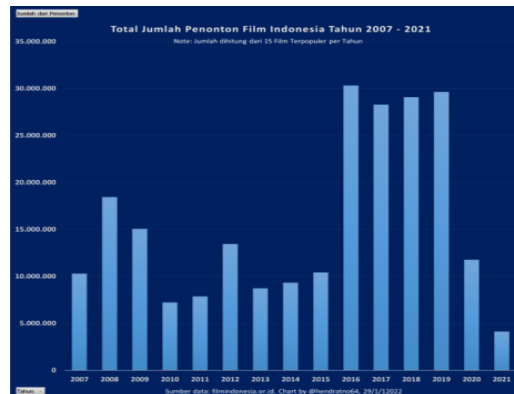
Menonton film merupakan salah satu alternatif hiburan yang sering dipilih saat merasa lelah atau bosan dengan segala rutinitas. Bagi sebagian orang, menonton film adalah salah satu cara untuk menghilangkan stres dari pekerjaan sehari-hari. Menurut Wiguna (2021) menonton film dapat mengurangi stres karena otak dapat melepaskan hormon stres dan menggantikannya dengan



endorfin. Hormon inilah yang bertanggung jawab untuk membuat keadaan emosi kita lebih stabil sehingga menjadi lebih bahagia.

Bioskop merupakan produk jasa yang diberikan oleh perusahaan agar konsumen dapat menikmati suasana dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Objek hiburan bioskop adalah objek hiburan modern. Objek ini semakin menonjolkan kualitas sinema modern dengan memberikan visual dan efek suara yang mampu memukau penonton.

Total jumlah Penonton Film Indonesia Tahun 2007-2021



Sumber data: (www.filmindonesia.or.id.)

Dapat dilihat dari gambar diatas tidak ada pastinya bahwa jumlah penonton film bioskop dapat naik terus menerus dari tahun ketahun. Hal yang dapat di simpulkan bahwa tidak adanya kepastian bahwa setiap tahun jumlah penonton akan bertambah. Dapat dilihat dari data tahun 2017 sampai dengan 2019 jumlah penonton meningkat secara signifikan sementara di tahun berikutnya pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 jumlah penonton berkurang sangat signifikan.

Ada banyak perusahaan yang menyediakan hiburan bioskop salah satunya yaitu CGV, Cinepolis dan Cinema XXI. Dari ketiga perusahaan besar ini memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Menurut Muhammad Sabilurrosyad yang ditulis didalam artikelnya yang berjudul "*Membandingkan XXI dan CGV, Penguasa Bioskop di Indonesia, Mana yang Lebih Unggul?*" disebutkan bahwa Cinema XXI terkesan lebih murah karena secara jumlah lebih banyak sehingga memberi berbagai alternatif kelas, tinggal mau milih yang mahal atau yang lebih murah. Sementara CGV, biasanya tidak memberi opsi tempat yang banyak karena memang jumlahnya tidak sebanyak perusahaan satunya.

Dapat dilihat dari banyaknya jumlah bioskop yang dibuka di Kota Medan seperti Bioskop Centre Point XXI, Bioskop Cinepolis Lippo Plaza, bioskop Cinepolis Medan Fair Plaza, Bioskop Delipark XXI, Bioskop Millenium XXI, Bioskop Cinema XXI Thamrin Plaza, Bioskop Cinepolis Sun Plaza, Bioskop CGV Focal Point, Bioskop Manhattan XXI, Bioskop Ringroad Citywalks XXI, Bioskop Suzuya Marelان XXI, Bioskop Cambridge XXI, serta bioskop Harmes Place XXI. Dari 13 bioskop tersebut memiliki harga yang berbeda-beda. Dari ketiga belas jumlah bioskop yang ada di Kota Medan peneliti tertarik melakukan penelitian di Bioskop Centre Point XXI hal ini dikarenakan bioskop ini terletak di tempat yang cukup strategis berada ditengah pusat kota yang mudah diakses oleh semua orang.

Alasan lain yang membuat peneliti tertarik meneliti Cinema XXI sebagai objek penelitian dikarenakan jumlah Cinema XXI jauh lebih banyak dibanding Cinepolis ataupun CGV, hal ini

bisa menjadi persentase sebagai keterwakilan untuk jumlah bioskop yang ada di Kota Medan. Tidak hanya itu, tarif harga tiket bioskop Cinema XXI memiliki tarif yang berbeda-beda pada setiap bioskop. Misalnya harga tiket Bioskop Cinema XXI di Thamrin relatif lebih murah dibanding dengan Cinema XXI Center Point Kota Medan. Harga tiket Cinema XXI pada hari kerja di Thamrin Plaza Medan dikenakan dengan tarif sebesar RP. 35.000 rupiah, sementara untuk harga tiket di Millennium dikenakan dengan tarif sebesar RP. 30.000, Harga tiket di Hermes Place Polonia dikenakan tarif sebesar RP. 30.000 rupiah dan untuk harga tiket bioskop yang ada di Centre Point dan Delipark dikenakan tarif sebesar RP. 45.000. Tentunya perbedaan harga tersebut memiliki fasilitas dan kualitas yang berbeda beda walaupun dari satu perusahaan yang sama.

KERANGKA TEORI

Harga

Indrasari (2019) Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Menurut Tjiptono (2016:222) secara umum, faktor-faktor pertimbangan dalam penetapan harga dapat dikategorikan kedalam dua kelompok, yaitu:

1. Faktor internal perusahaan
 - a. Tujuan pemasaran perusahaan
 - b. Strategi bauran pemasaran
 - c. Biaya dan Pertimbangan organisasi
2. Faktor eksternal
 - a. Karakteristik pasar dan permintaan
 - b. Persaingan dan unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya.

Kotler, P., & Armstrong (2018) menyatakan bahwa “*price as the amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*” yang diartikan harga sebagai sejumlah uang yang ditentukan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertai.

Fasilitas

Menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017) mengemukakan bahwa “Segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.” Menurut Youti dalam (Mardiyani & Murwatiningsih, 2015) menyatakan bahwa “Fasilitas merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri”.

Menurut Nirwana (2014) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa diantaranya adalah:

1. Desain fasilitas
2. Nilai fungsi
3. Estetik
4. Kondisi yang mendukung
5. Peralatan penunjang Beberapa pendapat pada dasarnya memiliki pengertian yang sama dan pada intinya yaitu fasilitas yang diberikan kepada konsumen dapat mempermudah dalam menggunakan sarana dan prasarana yang telah disediakan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwati (2017: 65) adalah sebagai berikut:

1. *Reliability*, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
4. *Empathy*, perhatian individual terhadap pelanggan.
5. *Tangibles*, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

Menurut Alli dalam Cahyani & Hidayat (2020) kualitas produk mencakup semua ketentuan yang ditentukan berkaitan dengan karakteristik kualitatif makanan dan minuman yang diperlukan untuk memenuhi permintaan dan harapan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. “Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang” (Kotler 2016:177). Menurut Meithiana Indrasar (2019) Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

- a) Kualitas produk.
- b) Kualitas pelayanan Terutama untuk industri jasa.
- c) Emosional
- d) Harga.
- e) Biaya.

Metode Penelitian

Bentuk Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan yang terletak di Jalan Jawa No.8 Kota Medan, Sumatera Utara tepatnya di lantai 3 a Mall Centre Point Medan. Penelitian ini dilaksanakan pada Juni 2023 hingga bulan Juli 2023.

Sampel

Teknik Pengambilan sampel salah satu dari nonprobability sampling yaitu purpose sampling. Metode ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel

yaitu Pelanggan Centre Point Kota Medan dan pernah melakukan pembelian tiket sedikitnya 2 kali, dengan jumlah responden 100 orang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Pengumpulan data primer yang berasal langsung dari responden (objek penelitian). Data responden diperoleh penulis dari kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu konsumen Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan.
2. Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi kepustakaan yang terdiri dari pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, skripsi atau penelitian terdahulu, karya ilmiah dan pendapat para ahli yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti.

Skala Pengukuran Variabel

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi, seseorang pelanggan Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan. Skala yang digunakan untuk mengukur respon subjek kedalam lima poin skala dengan jumlah interval yang sama. Adapun skala pengukuran variabel terhadap jawaban responden yaitu:

No	Alternatif Jawaban	Score
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Kurang Setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Metode Analisis Data

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan software statistic dan dapat digunakan dengan rumus untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

ryx : koefisien korelasi yang dicari

r : koefisien validitas item yang dicari, dua variabel yang dikorelasikan

X : Skor untuk pernyataan yang di[ilih

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N : Banyaknya responden

Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan ($\alpha=0,05$) maka instrument itu dianggap valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrument dianggap tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013) Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner, yang merupakan indikator variabel atau konfigurasi. Kuesioner dikatakan reliabel atau kredibel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut stabil atau konsisten.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Suliyanto (2011;69), Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah nilai residual terstandarisasi dari model regresi berdistribusi normal atau tidak. Jika residu yang dinormalisasi mendekati rata-rata, maka residu tersebut disebut distribusi normal. Kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal adalah dengan menilai signifikannya. Jika signifikan $>$ 0,05 maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $<$ 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Kurniawan dan Yuniarto (2016:185) Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Purnomo (2016) Uji heteroskedastisitas adalah *varians residual* dan tidak sama untuk semua pengamatan dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode grafik, yaitu dengan memeriksa pola titik dari grafik regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016:277) analisis regresi linier berganda adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial atau pengaruh antar tiap variabel independen terhadap variabel dependen apakah pengaruh secara signifikan atau tidak. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau sebesar 0,05 (two tailed test) dengan derajat bebas $df = n - k = 97$, maka dapat diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984 (didapat dari T tabel).

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengambilan keputusan pada uji F didasarkan oleh:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)
3. Apabila signifikansi (sig.) $< 0,05$ mengartikan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)
4. Apabila signifikansi (sig.) $> 0,05$ mengartikan bahwa tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen atau predictor yang digunakan. *Range* nilai dari R^2 adalah 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas dan Reabilitas

Nama Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
Harga (X_1)	1	0,729	0,1985	Valid
	2	0,77	0,1985	Valid
	3	0,702	0,1985	Valid
	4	0,637	0,1985	Valid
	5	0,755	0,1985	Valid
	6	0,697	0,1985	Valid
	7	0,617	0,1985	Valid
	8	0,631	0,1985	Valid
Fasilitas (X_2)	1	0,576	0,1985	Valid
	2	0,707	0,1985	Valid
	3	0,677	0,1985	Valid
	4	0,691	0,1985	Valid
	5	0,669	0,1985	Valid
	6	0,715	0,1985	Valid
	7	0,757	0,1985	Valid
	8	0,771	0,1985	Valid
Kualitas Pelayanan (X_3)	1	0,723	0,1985	Valid
	2	0,636	0,1985	Valid
	3	0,601	0,1985	Valid
	4	0,778	0,1985	Valid
	5	0,811	0,1985	Valid
	6	0,706	0,1985	Valid
	7	0,748	0,1985	Valid
	8	0,71	0,1985	Valid
	9	0,755	0,1985	Valid
	10	0,737	0,1985	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,768	0,1985	Valid
	2	0,741	0,1985	Valid
	3	0,77	0,1985	Valid

	4	0,73	0,1985	Valid
	5	0,736	0,1985	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti (2023)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara setiap item dengan skor keseluruhan untuk masing-masing dari 8 pernyataan untuk variabel X₁, 8 pernyataan untuk variabel X₂, 10 pertanyaan dari variabel X₃ dan 5 pernyataan untuk variabel Y, yang kesemuanya menghasilkan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel dan penelitian ini dianggap sah.

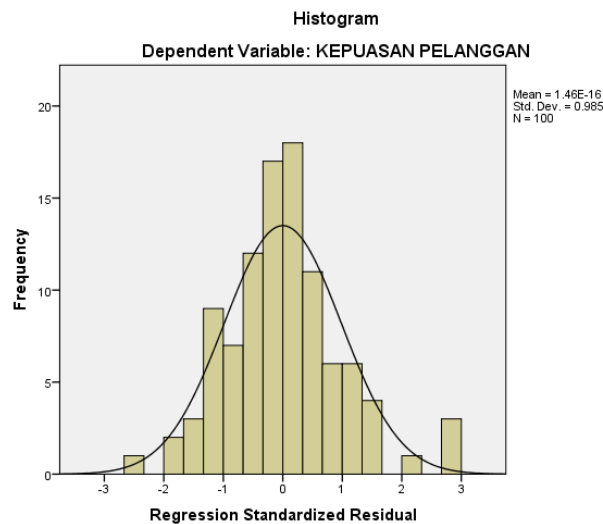
Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga	0,839	Reliabel
Fasilitas	0,846	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,895	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,791	Reliabel

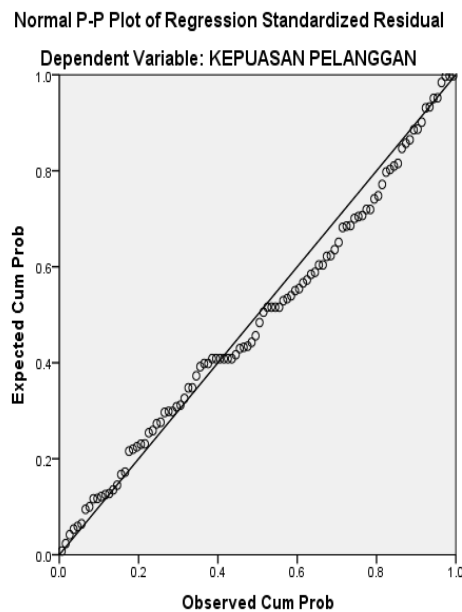
Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti (2023)

Hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel lebih tinggi dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan dapat dipercaya, yang menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang reliabel.

Grafik Histogram



Grafik P-P Plot



Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,055	1,450		0,728	0,469		
HARGA	0,323	0,039	0,576	8,304	0,000	0,645	1,550
FASILITAS	0,103	0,060	0,142	1,712	0,090	0,454	2,203
KUALITAS PELAYANAN	0,139	0,047	0,242	2,987	0,004	0,472	2,118

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan.

Berdasarkan hasil Uji-t yang terdapat pada tabel 4.54, menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,304 lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu 1,984 ($t_{hitung} 8,304 > t_{tabel} 1,984$), dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari



0,05. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki peranan yang penting untuk tercapainya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel harga (X_1), peneliti menemukan bahwa sebagian besar pelanggan bioskop cinema XXI centre point Kota Medan menilai kepuasan salah satunya dari variabel harga (X_1). Hal ini bisa dilihat dari jawaban positif yang diberikan responden terhadap 8 (delapan) pernyataan yang menggambarkan kepuasan pelanggan melalui harga pada pengguna jasa bioskop cinema XXI Centre Point Kota Medan

Berdasarkan 8 pertanyaan tersebut indikator pertama adalah keterjangkauan harga. Keterjangkauan harga merupakan suatu yang sesuai dengan daya beli konsumen sehingga ketika harga terjangkau konsumen akan melakukan keputusan pembelian. Penetapan harga pada perusahaan akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, karena harga yang terjangkau akan lebih diminati konsumen.

Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bioskop cinema XXI centre point kota medan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Krisdayanto,dkk (2018) yang mengatakan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Lina Putra Net Bandung yang meneliti sebanyak 78 sampel.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan.

Berdasarkan hasil Uji-t yang terdapat pada tabel 4.54, menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif antara fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 8,177 lebih besar daripada nilai ttabel yaitu 1,984 (thitung 1,712 > ttabel 1,964), dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh dalam mencapai kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel fasilitas (X_2), peneliti menemukan bahwa sebagian besar pelanggan bioskop cinema XXI centre point Kota Medan sangat mempertimbangkan fasilitas yang diberikan bioskop cinema XXI centre point kota Medan sebagai indikator kepuasan pelanggan, Hal ini bisa dilihat dari jawaban yang diberikan responden terhadap 8 (delapan) pernyataan yang menggambarkan kepuasan pelanggan melalui fasilitas pada pengguna jasa bioskop cinema XXI Centre Point Kota Medan

Berdasarkan 8 pertanyaan tersebut indikator pertama adalah perencanaan ruangan. Perencanaan ruangan yang baik mampu mendukung pengembangan fungsional dan estetis dalam perusahaan yang memberikan pengaruh terhadap tingkat kenyamanan pelanggan,

Indikator kedua yaitu perlengkapan/perabotan. Perlengkapan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menunjang suatu bisnis, dengan adanya fasilitas yang lengkap akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Indikator ketiga yaitu tata cahaya dan warna. Tata cahaya dan warna dapat mempengaruhi efek estetika dalam ruangan. Tata cahaya yang baik akan memberikan rasa nyaman pada pelanggan. Dan jawaban responden pada bioskop cinema XXI Centre point kota Medan mengatakan bahwa sebanyak 93% responden (berada pada kategori sangat setuju dan setuju) menyetujui bahwa tata cahaya bioskop cinema centre point kota Medan cukup memadai, walaupun 7% responden (berada pada kategori netral dan tidak setuju) tidak menyetujuinya.

Indikator keempat yaitu pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Design grafis adalah cara berkomunikasi yang menjembatani antara pemberi informasi dan penerima informasi.

Fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bioskop cinema XXI centre point kota Medan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Muhammad Irfan (2018) yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang diberikan kenari waterpark bontang terhadap kepuasan pelanggan. yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan

Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan dalam bisnis agar mampu bertahan dan tetap dalam kepercayaan pelanggan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam melihat kepuasan pelanggan dapat ditentukan dengan kualitas pelayanan. Pada penelitian ini harga diukur menggunakan lima (5) indikator yang, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurances*, *empaty* dan *tangibles*.

Berdasarkan hasil Uji-t menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,987 lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu 1,984 ($t_{hitung} 2,987 > t_{tabel} 1,984$), dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas memiliki peranan yang penting untuk tercapainya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel harga (X_3), peneliti menemukan bahwa sebagian besar pelanggan bioskop cinema XXI centre point Kota Medan menilai kepuasan salah satunya dari variabel kepuasan pelayanan (X_3). Hal ini bisa dilihat dari jawaban positif yang diberikan responden terhadap 10 (sepuluh) pernyataan yang menggambarkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan pada pengguna jasa bioskop cinema XXI Centre Point Kota Medan

Berdasarkan 10 pertanyaan tersebut indikator pertama adalah *Tangible* (bukti fisik). *Tangible* adalah kemampuan suatu produk atau perusahaan untuk menyajikan pelayanan prima bagi semua pelanggan secara konkret. Sifat ini sangat penting karena pelanggan membutuhkan pengalaman nyata yang bisa dirasakan sendiri oleh indera yang dimilikinya. Hal ini dapat dilihat pada tabel pada pertanyaan pertama *tangible* yaitu 99% responden (berada pada kategori sangat setuju dan setuju) menyetujui bahwa bioskop cinema XXI centre point kota medan selalu menjamin kebersihan terus dijaga, sedangkan sisanya 1% tidak menyetujuinya. Selanjutnya pada indikator *tangible*, sebanyak 93% responden (berada pada kategori sangat setuju dan setuju) menyetujui bahwa bioskop cinema XXI kota medan memiliki teater yang memadai untuk penonton berkunjung, dan sisanya 7% tidak menyetujui.

Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bioskop cinema XXI centre point kota medan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Muhammad Irfan (2018) yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang diberikan kenari waterpark bontang terhadap kepuasan pelanggan. yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Bioskop Cinema XXI di Centre Point Kota Medan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan dengan kinerja yang diharapkan. Menurut Sunyoto (2015) Kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana konsumen

memutuskan untuk berbekanja pada suatu tempat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dalam Uji-F (Uji Signifikan Simultan) Pada tabel 4.55 dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 75,206 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($75,206 > 2,699$) dan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variabel independen (bebas) yaitu harga (X_1) dan fasilitas (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara serempak atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bioskop cinema XXI centre point Kota Medan. Namun, apabila salah satu variabel menurun, maka juga dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan ketiga variabel dalam penelitian ini berpengaruh secara serempak atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,702, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,2% dapat dijelaskan oleh variabel harga (X_1), fasilitas (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3), sedangkan 29,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Irfan (2018) yang mengatakan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap pelanggan Kenari Water Park Bontang.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan. Berdasarkan perolehan hasil nilai t_{hitung} sebesar 8,304 yang dimana nilai ini lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,984 ($8,304 > 1,984$) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bioskop cinema XXI Centre Point Kota Medan.
2. Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan. Berdasarkan perolehan hasil nilai t_{hitung} sebesar 8,177 yang dimana nilai ini lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,984 ($8,177 > 1,984$) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan. Berdasarkan perolehan hasil nilai t_{hitung} sebesar 2,987 yang dimana nilai ini lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,984 ($2,987 > 1,984$) dengan nilai signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan.

4. Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan. Berdasarkan perolehan nilai Fhitung yaitu sebesar 75,206 yang menunjukkan Fhitung lebih besar dibandingkan nilai Ftabel, yaitu $75,206 > 2,699$ atau berdasarkan nilai signifikansi yaitu $0,00 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan studi kasus pada pengguna jasa bioskop cinema XXI di Centre Point Kota Medan. Hasil nilai koefisien determinasi atau nilai R Square juga menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,2% dapat dijelaskan oleh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan, sisanya 29,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Saran

1. Diharapkan kepada Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan tidak memasang tarif yang berbeda secara signifikan dibanding dengan bioskop Cinema XXI lainnya di Kota Medan.
2. Diharapkan kepada Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan agar lebih membuat tampilan iklan yang jauh lebih menarik sehingga pesan- pesan untuk mengajak penonton tertarik menonton iklan lebih tersampaikan dan menarik minat penonton untuk melakukan pembelian tiket film kembali.
3. Diharapkan kepada Bioskop Cinema XXI Centre Point Kota Medan agar melakukan penayangan film sesuai dengan waktu yang telah ditentukan hal ini membuat para penonton tidak merasa kecewa dan bosan ketika menunggu film terlalu lama untuk ditayangkan.
4. Pihak Bioskop Cinema XXI harus lebih melakukan inovasi terhadap promosi yang dilakukan untuk menarik pelanggan untuk datang kembali sehingga dapat merekomendasikannya kepada keluarga dan kerabat dekatnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Deepublish.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Qiara Media.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- jiptono dan Diana. (2017). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kasmadi, Sunariah. (2017). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler. (2021). *Strategi Pemasaran*, Jilid Pertama, Kitamenulis. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani, A. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Rahayu, Budi. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Pertenakan Universitas Udayana.
- Rahayu, Sri. (2019). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Objek Wisata*. Palembang: CV. Anugrah Jaya.
- Rosmayati, Siti dkk. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya Di Era Digital*. Palembang: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sumarwan. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor Agricultural University
- Sumayang, Lalu. (2020). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Taan, Hapsawati. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Berbelanja*. Yogyakarta: ZHR Publishing.
- Tjiptono, Fandy. (2020). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.

Sumber Jurnal, Tesis, dan Skripsi:

- Agus, Golkas, dkk (2021) Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata Vol 3, No. 1, September 2021, pp. 35-49*
- Ardiansyah Erwin, dkk. (2023) Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Mozart Plavon PVC SWETA. *Journal of Applied Business and Banking*.
- Fahmi, Muhammad, dan Ratmono (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Iklan, Persepsi Harga, Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Gojek di Kota Metro. *Jurnal Manajemen*.
- Fauzi, Achmad, dkk. (2023) Pengaruh Permintaan Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Marwah, Adlina, H., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Pantai Terhadap Daya Tarik Pengunjung Wisata Pantai Sejarah. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 118-133.
- Nisa, T. C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Faktor Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Sunthai Tea Stabat. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 134-151.
- Pradnyana, Dewa Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang. *Jurnal Manajemen dan Profesional*.
- Satria, Budi dkk. (2023) Pengaruh Marketing Mix dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mujigae Resto. *Jurnal Kajian Ilmiah*.
- Sudiarta, nyoman, Gusti (2020) Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Homestay Canggung Terhadap Kepuasan Backpacker. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*.
- Yulita, Rahma, Safrizal (2023) Pengaruh Fasilitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.

Sumber Internet

- www.filmindonesia.or.id
- <https://mojok.co/terminal/membandingkan-xxi-dan-cgv-mana-yang-lebih-unggul/>
- <https://www.idntimes.com/health/medical/ni-made-vera-yuni-artini/5-manfaat-nonton-film-horror-bagi-kesehatan>