

ANALISIS PERBANDINGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CINEMA XXI DAN CGV

Yehezkiel Zona Agustinus Sijabat¹⁾ Donant Alananto Iskandar²⁾

Manajemen, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Universitas Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

²⁾ Email Korespondensi: diskan01@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study aims to investigate and compare prices and service quality on customer satisfaction of XXI Cinemas and CGV Cinemas in the DKI Jakarta province. This study uses a quantitative approach with a survey method by collecting data using a questionnaire distributed to consumers of XXI Cinemas and CGV Cinemas in the DKI Jakarta province. The research sample consisted of 60 respondents to Cinema XXI and 60 respondents to Cinema CGV. The results of this study indicate that the better the service quality, the more satisfied consumers will be. The results of this study can be a reference for companies that manage XXI Cinemas and CGV Cinemas to continuously improve service quality and apply prices according to the benefits that consumers get. This is expected to increase consumer satisfaction in both cinemas.*

Keywords: *price, service quality, customer satisfaction, cinema, XXI, CGV*

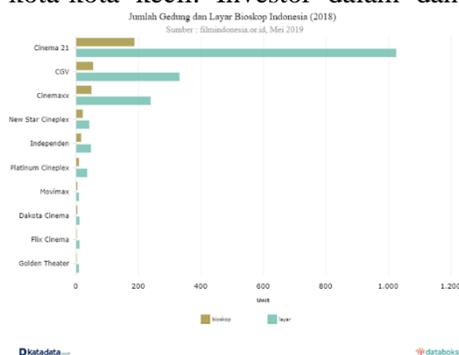
Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi serta membandingkan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bioskop XXI dan Bioskop CGV yang ada di daerah provinsi DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada konsumen Bioskop XXI dan Bioskop CGV yang ada di daerah provinsi DKI Jakarta. Sampel penelitian ini terdiri dari 60 responden bioskop XXI dan 60 responden Bioskop CGV. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baiknya kualitas pelayanan, maka konsumen akan semakin merasa puas. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan yang mengelola Bioskop XXI maupun Bioskop CGV untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan serta menerapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen kedua bioskop tersebut.*

Kata kunci: *harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, bioskop, XXI, CGV*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingkat pertumbuhan ekonomi di wilayah tertentu dapat dilihat dari berbagai unsur. Salah satu faktor yang diyakini berpengaruh adalah perkembangan industri ritel di wilayah tersebut. Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki sektor industri ritel yang cukup maju. Perkembangan sektor industri retail di Indonesia dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan retail dan perluasan wilayah bisnis yang kini mulai merambah kota-kota kecil. Investor dalam dan luar



negeri bersedia menanamkan modalnya di Indonesia karena terdapat peluang bisnis yang sangat besar. Investasi ini diharapkan dapat semakin meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Bisnis ritel adalah kegiatan usaha yang menyangkut barang dan jasa untuk konsumen tidak dijual eceran untuk dijual kembali dalam jumlah satuan atau untuk konsumsi pribadi. Menghubungkan produsen signifikan (grosir besar) dengan pelanggan yang membeli barang dalam jumlah kecil atau sebagai unit adalah praktik yang sering dilakukan di industri ritel. Tujuan bisnis ritel adalah mempermudah pelanggan untuk membeli barang dengan mempertahankan inventaris yang memadai dan mengemasnya dalam ukuran yang lebih kecil. Tujuan dari industri ritel seringkali untuk menciptakan situasi yang saling menguntungkan bagi

pembeli dan penjual. Hal ini dapat dicapai dengan memahami beberapa fungsi industri ritel yang paling penting (Redaksi OCBC NISP, 2021). Terdapat banyak usaha yang bergerak pada sektor industry ritel jasa, seperti penyewaan property, rental mobil, wahana bermain, service kendaraan, hiburan, dan lain-lain. Primadona sektor ritel jasa industri hiburan saat ini bagi sebagian besar masyarakat Indonesia masih berupa bioskop. Karena produk (gambar) dari teater bersifat intangible, maka bioskop sendiri merupakan bagian dari sektor retail yang sangat bergantung pada jasa yang ditawarkan (Jimanto et al., 2014). Bioskop menjadi salah satu pilihan terbaik untuk menghabiskan waktu bersama dengan keluarga, teman maupun pasangan. Tingkat kunjungan bioskop yang ramai hampir setiap hari menjadi bukti bahwa antusias masyarakat Indonesia pada bioskop terbilang cukup tinggi. Terlebih saat pemutaran film-film terkenal, akan membuat bioskop diserbu oleh banyak orang.

Gambar 1.1 Jumlah Gedung Bioskop Di Indonesia

XXI, CGV, Cinemaxx, New Star Cineplex, Independent, Platinum Cineplex, Movimax, Dakota Cinema, Flix Cinema, dan Golden Theater hanyalah segelintir perusahaan yang bergerak di industri perfilman Indonesia, sesuai informasi di atas. Dari beberapa bisnis yang terlibat dalam bisnis perfilman, ada dua yang sangat besar dan menguasai pasar. Bisnis tersebut antara lain XXI yang dijalankan oleh PT Nusantara Sejahtera Raya (Cineplex 21 Group), dan CGV yang dijalankan oleh PT Graha Layar Prima Tbk. Walaupun bergerak di sektor bisnis yang sama, XXI dan CGV memiliki ciri khas tersendiri yang mereka tawarkan kepada konsumen dari tema aksesibilitas, harga, fasilitas, interior serta pemilihan film. Kualitas pelayanan yang berbeda. Menurut Husein Umar, Harga adalah nilai

tukar yang setara dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari barang atau jasa kepada individu atau kelompok pada waktu tertentu dan di lokasi tertentu (Umar, 2000). Menurut Hawkins, harga adalah jumlah yang wajib dibayarkan guna mendapatkan hak dari penggunaan produk (Best & Coney, 2001). Dari berbagai sumber diatas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah representasi nilai yang telah ditetapkan guna ditukar dengan barang atau jasa dengan ukuran nilai mata uang.

Menurut Purbasari & Purnamasari, Konsep kualitas pelayanan berkisar pada komitmen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta pencarian yang presisi untuk menyeimbangkan harapan konsumen (Purbasari & Purnamasari, 2018). Menurut Wyckof, Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengendalian tingkat keunggulan untuk memenuhi permintaan konsumen dan pada penyampaian yang akurat dari apa yang diharapkan konsumen (Tjiptono, 2006). Menurut Sunyoto (2012) mendefinisikan Kepuasan konsumen adalah tingkat emosi yang dirasakan dibandingkan dengan harapan setelah membandingkan (kinerja atau hasil) (Maulidha, 2019).

Adanya perbedaan harga dan kualitas pelayanan antara XXI dan CGV membuat konsumen kerap kali membandingkan kedua bioskop tersebut. Berikut perbedaan antara XXI dan CGV:

Tabel 1.1 Perbedaan XXI dan CGV

No	Indikator	XXI	CGV
1	Aksesibilitas	Lebih mudah dijangkau, karena memiliki lebih banyak outlet yaitu 186 titik diseluruh Indonesia pada tahun 2018.	Tidak begitu mudah dijangkau, karena hanya memiliki 54 titik outlet diseluruh Indonesia pada tahun 2018.
2	Harga	30.000 – 45.000 untuk hari biasa (weekday), biasanya outlet yang terletak dikota besar memasang harga yang lebih mahal dibandingkan outlet dikota yang relative kecil	30.000 – 50.000 untuk hari biasa (weekday), biasanya outlet yang terletak dikota besar memasang harga yang lebih mahal dibandingkan outlet dikota yang relative kecil
3	Fasilitas	Terkesan lebih simple, hanya menyediakan 4 jenis studio yaitu Reguler, Dolby Atmos, IMAX, dan The Premiere	Menyediakan banyak pilihan studio seperti Reguler, Sweetbox, ScreenX, 4DX, Gold Class, dan Velvet
4	Interior	Tema interior yang mewah dan elegan, formal namun simple	Tema interior lebih ke arah estetis dengan konsep retro yang membuat kesan cozy
5	Pilihan film	XXI dikenal lebih sering memutar film-film "mainstream" seperti Hollywood dan Indonesia	CGV tidak hanya berfokus pada film dari Production House besar, CGV juga memberikan ruang bagi film-film asia dan film-film kualitas festival.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena, latar belakang dan teori yang sudah dijelaskan, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah Perbedaan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen XXI dan CGV yang terdapat pada provinsi DKI Jakarta ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen XXI dan CGV yang terdapat pada provinsi DKI Jakarta?
3. Apakah Perbedaan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen XXI dan CGV yang terdapat pada provinsi DKI Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud dan tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Perbedaan Harga terhadap kepuasan konsumen XXI dan CGV yang terdapat pada provinsi DKI Jakarta

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen XXI dan CGV yang terdapat pada provinsi DKI Jakarta
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Perbedaan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen XXI dan CGV yang terdapat pada provinsi DKI Jakarta

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasar pada filsafat positifisme, yang digunakan untuk mempelajari kelompok atau sampel populasi tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak. Untuk mengevaluasi hipotesis yang ditetapkan, analisis data kuantitatif dan statistik dilakukan setelah pengumpulan data menggunakan alat penelitian (Sugiyono, 2017). Rumusan masalah dalam metode kuantitatif yang digunakan adalah rumusan asosiatif, yaitu rumusan masalah penelitian yang menyelidiki hubungan antara dua variabel atau lebih. Penyebaran kuesioner dengan tabel skala Likert sebagai pedoman pengisian kuesioner merupakan metode yang umum dilakukan dalam melakukan penelitian. Penelitian ini akan menggunakan uji validitas yang dapat diukur dengan mengkorelasikan skor total konstruk atau variabel dengan skor setiap item kueri. Berikut merupakan rumus uji validitas :

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

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurangi X

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = jumlah skor dalam distribusi XY

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana rumus :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

N = banyaknya responden.

Ghozali menegaskan bahwa kuesioner dianggap andal jika respons individu terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018).. Berikut adalah rumus untuk menghitung reliabilitas:

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria tertentu yang disebut juga sebagai sampel penilaian atau hanya ahli pada jenis sampel non-probabilitas, yang berarti harus konsumen XXI dan atau CGV DKI Jakarta. karena hanya XXI dan atau CGV DKI Jakarta yang dapat menilai sampel tersebut. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, diperoleh total sampel sebanyak 60 sampel XXI dan 60 sampel CGV.

A. Uji Pre-Test

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	XXI		R Tabel	Keterangan
	R Hitung	R Hitung		
X1_1	0,766	0,764	0,3610	Valid
X1_2	0,725	0,732	0,3610	Valid
X1_3	0,830	0,833	0,3610	Valid
X1_4	0,793	0,919	0,3610	Valid
X2_1	0,666	0,740	0,3610	Valid
X2_2	0,751	0,818	0,3610	Valid
X2_3	0,532	0,603	0,3610	Valid
X2_4	0,677	0,791	0,3610	Valid
X2_5	0,743	0,912	0,3610	Valid
X2_6	0,670	0,899	0,3610	Valid
X2_7	0,888	0,838	0,3610	Valid
X2_8	0,651	0,666	0,3610	Valid
X2_9	0,682	0,787	0,3610	Valid
X2_10	0,744	0,712	0,3610	Valid
X2_11	0,795	0,830	0,3610	Valid
X2_12	0,779	0,765	0,3610	Valid
X2_13	0,550	0,606	0,3610	Valid
Y_1	0,561	0,833	0,3610	Valid
Y_2	0,658	0,802	0,3610	Valid
Y_3	0,718	0,863	0,3610	Valid
Y_4	0,839	0,683	0,3610	Valid
Y_5	0,375	0,739	0,3610	Valid
Y_6	0,775	0,857	0,3610	Valid

Dengan membandingkan r hitung dengan r tabel pada tabel sebelumnya diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas dapat ditentukan. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, item atau variabel dalam query dianggap valid. Query atau variabel dianggap tidak valid jika r hitung lebih kecil dari r tabel. Berdasarkan hasil uji validitas di atas, r hitung lebih besar dari r tabel; Oleh karena itu, pernyataan peneliti atau variabel penelitian dapat dianggap valid. R hitung dilihat pada hasil output SPSS pada *Pearson Correlation*, dan R tabel = $(N-2) - \square (30-2) = 28 \square 0,3610$ dilihat pada daftar r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	N of Items
	XXI	CGV	
Harga	0,782	0,831	4
Kualitas Pelayanan	0,914	0,939	13
Kepuasan Konsumen	0,719	0,866	6

Berdasarkan hasil uji reliabilitas sebelumnya, metode Cronbach's Alpha (r hitung) dapat dilihat pada kolom Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6, dengan N item menunjukkan bahwa jumlah item atau jumlah pernyataan yang diinputkan variabelnya adalah 23. Jadi dapat dikatakan hasil Cronbach's Alpha untuk 23 pernyataan data penelitian reliabel atau dapat diandalkan, karena r hitung lebih besar dari r tabel; Oleh karena itu, data penelitian dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3.3 Hasil Uji Normalitas

Variabel		Asymp. Sig. (2-tailed)
X	X1_Total	0,200 ^{c,d}
	X2_Total	0,200 ^{c,d}
I	Y_Total	0,200 ^{c,d}
C	X1_Total	0,183 ^c
	X2_Total	0,200 ^{c,d}
V	Y_Total	0,200 ^{c,d}

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel baik XXI maupun CGV terdistribusi secara normal karena nilai *Asymptotic significance 2-tailed* nya berada diatas 0,05.

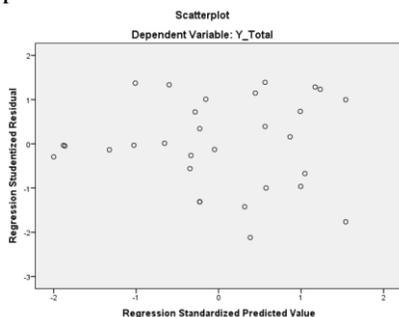
Tabel 3.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	XXI		VIF	
	Hasil	Simpulan	Hasil	Simpulan
Harga (X1)	0,659	>0,05	1,517	<10,00
Kualitas Pelayanan (X2)	0,659	>0,05	1,517	<10,00

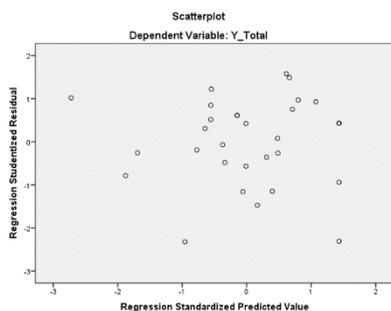
Variabel	CGV		VIF	
	Hasil	Simpulan	Hasil	Simpulan
Harga (X1)	0,407	>0,05	2,456	<10,00
Kualitas Pelayanan (X2)	0,407	>0,05	2,456	<10,00

Hasil uji diatas menunjukkan bahwa pada bioskop XXI, Harga (X1) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 0,659 dan nilai *Tolerance* sebesar 1,517 dimana VIF < 10 dan Tolerance > 0,05 dan Kualitas Pelayanan

(X2) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 0,659 dan nilai *Tolerance* sebesar 1,517 dimana $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak terjadi masalah multikolinearitas atau tidak ada hubungan antarvariabel-variabel independen. Demikian juga pada bioskop CGV, Harga (X1) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 0,407 dan nilai *Tolerance* sebesar 2,456 dimana $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,05$ dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 0,407 dan nilai *Tolerance* sebesar 2,456 dimana $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak terjadi masalah multikolinearitas atau tidak ada hubungan antarvariabel-variabel independen.



Gambar 3.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas XXI



Gambar 3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas CGV

Menurut data diagram diatas, jawaban dari responden kuesioner baik XXI maupun CGV tentang variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kualitas

pelayanan (Y) dinyatakan lolos uji heteroskedastisitas karena titik – titik diatas tidak berkumpul disuatu tempat, menyebar secara acak dan tidak membentuk pola.

B. Uji Main-Test

Tabel 3.5 Hasil Uji Korelasi Ganda R

XXI		
Variabel	Hasil	Keterangan
Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)	0,644	Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki hubungan yang cukup kuat
CGV		
Variabel	Hasil	Keterangan
Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)	0,769	Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki hubungan yang cukup kuat

Besarnya hubungan antara variabel harga dan variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang diukur dengan koefisien korelasi sebesar 0,644 menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kepuasan konsumen. Begitu pula dengan bioskop CGV yang memiliki koefisien korelasi sebesar 0,769 antara variabel harga dan variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kepuasan pelanggan.

Tabel 3.6 Hasil Uji Determinan R²

XXI		
variabel	hasil	keterangan
Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)	0,415	41,5% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan, 58,5% dipengaruhi oleh faktor lain
CGV		
variabel	hasil	keterangan
Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)	0,591	59,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan, 40,9% dipengaruhi oleh faktor lain

Berdasarkan hasil pengujian di atas, besarnya *R Square* pada Model Ringkasan Cinema XXI adalah sebesar 0,415, yang menunjukkan bahwa 41,5% kepuasan

konsumen dipengaruhi oleh variabel bebas. Sebaliknya, 58,5% sisanya dijelaskan oleh faktor selain variabel tersebut atau dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini atau tidak dijelaskan oleh model penelitian.

Pada teater CGV, nilai *R Square* dari Model Ringkasan adalah 0,591, menunjukkan bahwa 59,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel independen. Sedangkan sisanya sebesar 40,9% dijelaskan oleh faktor di luar variabel tersebut atau oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini atau tidak dijelaskan dalam model penelitian..

Tabel 3.7 Hasil Uji F

XXI				
Variabel	F	Sig.	Keterangan	
Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)	20,215	0,000	Nilai F 20,215 lebih tinggi dari angka tabel 4 atau nilai signifikansi lebih rendah daripada α 0,05 sehingga H_0 diterima. (secara bersama sama mempengaruhi kepuasan konsumen)	

CGV				
Variabel	F	Sig.	Keterangan	
Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)	41,127	0,000	Nilai F 41,127 lebih tinggi dari angka tabel 4 atau nilai signifikansi lebih rendah daripada α 0,05 sehingga H_0 diterima. (secara bersama sama mempengaruhi kepuasan konsumen)	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel sebelumnya, diketahui bioskop XXI memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y, dan nilai F hitung sebesar $20,215 > F$ tabel 2,694, sehingga dapat menyimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Paradigma konkuren ini banyak terjadi. F hitung sebesar 20.215 dan probabilitas (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan hal tersebut. Pada bioskop CGV nilai signifikansi pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y diketahui sebesar 0,000

$< 0,05$, dan nilai F hitungnya adalah 41,127 $> F$ tabel 2,694, sehingga dapat disimpulkan harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan. berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Paradigma konkuren ini banyak terjadi. Terbukti dari F hitung sebesar 41,127 dan probabilitas (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$.

Tabel 3.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

XXI						
Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. error	Beta		
1	(constant)	6,845	2,581		2,653	0,010
	X1_Total	0,053	0,155	0,044	0,346	0,731
	X2_Total	0,283	0,058	0,617	4,867	0,000

a. Variabel dependen: Y_Total

CGV						
Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. error	Beta		
1	(constant)	-2,836	2,886		-0,983	0,330
	X1_Total	0,113	0,174	0,069	0,653	0,517
	X2_Total	0,483	0,071	0,725	6,838	0,000

a. Variabel dependen: Y_Total

Persamaan berikut diturunkan dari persamaan regresi linier berganda untuk Cinema XXI yang diberikan sebelumnya: Kepuasan konsumen sama dengan $6,845 + 0,053$ (harga) + $0,283$ (kualitas layanan). Alhasil, bisa disimpulkan:

1. Konstanta adalah jika tidak ada variabel harga dan kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 6,845,
2. Jika variabel harga naik 1 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan tetap, maka nilai kepuasan konsumen naik sebesar $1 \times 0,053$,
3. Jika variabel kualitas pelayanan naik 1 dengan asumsi variabel harga tetap, maka nilai kepuasan konsumen naik sebesar $1 \times 0,283$,

4. Jika variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama naik 1, maka nilai kepuasan konsumen naik sebesar $1 \times 0,053$ ditambah $1 \times 0,0283$.

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda bioskop CGV diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan konsumen} = -2,836 + 0,113 (\text{harga}) + 0,483 (\text{kualitas pelayanan}).$$

Dengan demikian, dapat disimpulkan:

1. Konstanta berarti jika tidak ada variabel harga dan kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen adalah sebesar -2,836,
2. Jika variabel harga naik 1 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan tetap, maka nilai kepuasan konsumen naik sebesar $1 \times 0,113$,
3. Jika variabel kualitas pelayanan naik 1 dengan asumsi variabel harga tetap, maka nilai kepuasan konsumen naik sebesar $1 \times 0,483$,
4. Jika variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama naik 1, maka nilai kepuasan konsumen naik sebesar $1 \times 0,113$ ditambah $1 \times 0,483$.

C. Uji Hipotesis

Tabel 3.9 Hasil Uji Hipotesis T

XXI						
Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. error	Beta			
1	(constant)	6,845	2,581		2,653	0,010
	X1_Total	0,053	0,155	0,044	0,346	0,731
	X2_Total	0,283	0,058	0,617	4,867	0,000

a. Variabel dependen: Y_Total

CGV						
Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. error	Beta			
1	(constant)	-2,836	2,886		-0,983	0,330
	X1_Total	0,113	0,174	0,069	0,653	0,517
	X2_Total	0,483	0,071	0,725	6,838	0,000

a. Variabel dependen: Y_Total

Berdasarkan data diatas, pada bioskop XXI diperoleh tingkat signifikan setiap variabel independen dalam penelitian ini. Angka tabel sebesar 2,002 dan variabel harga memiliki nilai t sebesar 0,346. Nilai Sig 0,731 lebih besar daripada α yaitu 0,05 yang berarti H_a tidak dapat diterima.

Berdasarkan data diatas, pada bioskop XXI diperoleh tingkat signifikan setiap variabel independen dalam penelitian ini. Angka tabel sebesar 2,002 dan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t sebesar 4,867. Nilai Sig 0,000 lebih kecil daripada α yaitu 0,05 yang berarti H_a dapat diterima.

Berdasarkan data diatas, pada bioskop CGV diperoleh tingkat signifikan setiap variabel independen dalam penelitian ini. Angka tabel sebesar 2,002 dan variabel harga memiliki nilai t sebesar 0,653. Nilai Sig 0,517 lebih besar daripada α yaitu 0,05 yang berarti H_a tidak dapat diterima.

Berdasarkan data diatas, pada bioskop CGV diperoleh tingkat signifikan setiap variabel independen dalam penelitian ini. Angka tabel sebesar 2,002 dan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t sebesar 6,838. Nilai Sig 0,000 lebih besar daripada α yaitu 0,05 yang berarti H_a dapat diterima.

D. PEMBAHASAN

Uji T pada penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) pada bioskop XXI maupun CGV tidak

memiliki pengaruh dikarenakan mempunyai nilai *Sig* yang lebih besar dari nilai α yang berarti H_a tidak dapat diterima. Selanjutnya, uji T pada penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) pada bioskop XXI maupun CGV memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan mempunyai nilai *Sig* yang lebih kecil dari nilai α yang berarti H_a dapat diterima.

Bagi konsumen Bioskop XXI, Harga tidak menjadi suatu masalah yang besar dikarenakan konsumen Bioskop XXI lebih mengutamakan Kualitas Pelayanan yang baik dibandingkan dengan Harga. Konsumen Bioskop XXI percaya bahwa harga yang mereka bayarkan sudah sesuai dengan Kualitas Pelayanan yang diberikan. Desain interior yang terkesan mewah, penampilan pegawai yang rapi, serta tersedianya fasilitas keamanan yang baik membuat Konsumen Bioskop XXI rela membeli produk dari Bioskop XXI meski Harganya diatas rata-rata harga produk Bioskop pada umumnya. Bagi konsumen Bioskop CGV, Harga tidak menjadi suatu masalah yang besar dikarenakan konsumen percaya jika Harga berbanding lurus dengan Kualitas Pelayanan. Namun pada praktiknya, Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Bioskop CGV dirasa belum sebanding dengan harga yang ditetapkan. Kurangnya fasilitas keamanan serta pegawai yang kurang tanggap membuat konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

III. SIMPULAN

- Variabel Harga (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) baik XXI maupun CGV.
- Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) baik XXI maupun CGV.
- Variabel Harga (X1) dan Kualitas

Pelayanan (X2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) baik XXI maupun CGV.

DAFTAR RUJUKAN

- Best, H., & Coney. (2001). *Customer Behavior : Building Marketing Strategy* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jimanto, R. B., Yohanes, D., Kunto, S., & Si, S. (2014). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop the Premiere Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–7.
- Maulidha, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 7. [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ADG2_2M60MgJ:.ej%0Aournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/01/GENAP%2520\(01-28-19-05-50-24\).pdf+%cd=1&hl=id&ct-clnk&gl=id](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ADG2_2M60MgJ:.ej%0Aournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/01/GENAP%2520(01-28-19-05-50-24).pdf+%cd=1&hl=id&ct-clnk&gl=id)
- Purbasari, & Purnamasari. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2. http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:f5ds_MKkT5AJ.jurn%0Aal.unswagati.ac.id/index.php/jibm/article/download/1056/pdf+%cd=1&hl=id%0A&ct-cink&gl=id
- Redaksi OCBC NISP. (2021). *Bisnis Ritel: Pengertian, Klasifikasi, Tujuan dan Contohnya*. PT Bank OCBC NISP Tbk. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/11/11/bisnis-ritel>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. CV Andi Offset.

Umar, H. (2000). *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama.

