

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Gambaran Umum CGV Cinemas

CGV Cinemas yang sebelumnya bernama blitzmegaplex dan CGV Blitz merupakan salah satu bioskop di Indonesia yang menawarkan konsep baru untuk memberikan pengalaman yang berbeda saat menonton film. CGV Cinemas membuka bioskop pertamanya di Paris Van Java Mall Bandung pada tanggal 16 Oktober 2006, Kehadiran CGV Cinemas menghilangkan kesan monopoli yang terjadi dalam bisnis jasa bioskop di Indonesia karena sebelumnya didominasi oleh 21 Cineplex Group yang telah lebih dahulu sukses dalam pasar cinema di Indonesia.

CGV Cinemas memberikan kesempatan untuk menonton berbagai macam *genre* film, bukan hanya film-film *hollywood*, namun juga film festival, *arthouse*, film india, animasi dan berbagai film yang berasal dari seluruh dunia dengan berbagai bahasa.

CGV Cinemas menggunakan teknologi pendukung seperti 3D, 4DX, ScreenX, SphereX, Dolby Atmos, dan memiliki beberapa kelas auditorium seperti *regular class*, *Velvet class*, *Gold Class*, *Sweet Box*, *Starium Class*. CGV Cinemas juga membuka penyelenggaraan berbagai macam festival film. Berbagai macam promosi juga dilakukan untuk memberikan kepuasan bagi penonton. Inovasi yang selalu dilakukan CGV Cinemas telah berhasil mendapatkan pengakuan dari masyarakat luas melalui penghargaan yang diterima, diantaranya:

- a. CGV Cinemas menerima penghargaan dari (Museum Rekor Indonesia) sebagai "bioskop terbesar di Indonesia" pada tahun 2007.
- b. CGV Cinemas Paris van Java Bandung memecahkan rekor 1.000.000 penonton dalam waktu hanya setahun setelah diluncurkan pada bulan Oktober 2006.
- c. CGV Cinemas Grand Indonesia meraih rekor 10.600 penonton dalam satu hari pada bulan Juni 2007.

d. CGV Cinemas menerima penghargaan sebagai bioskop yang mendedikasikan satu auditorium khusus untuk memutar film Indonesia dalam program Arthouse Rumah Film Indonesia pada tahun 2015.

Selain itu juga CGV memberikan pelayanan yang cukup baik untuk setiap pelanggan, salah satunya dengan menyediakan *CGV Member* yang berupa kartu member maupun kartu elektronik (*E-Card Member*) yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan bertransaksi di CGV Cinema dengan menggunakan metode pembayaran tersebut. (*Sumber : www.cgv.id*)



**Gambar 1.1**

**Logo CGV Cinemas**

*Sumber : www.cgv.id, 2017*

**1.1.2 Visi dan Misi**

Dalam menentukan visi dan misi seluruh cabang CGV Cinemas memiliki satu kesamaan. Visi yang ingin dicapai adalah menjadi pilihan utama untuk pengalaman film yang tak terlupakan. Sedangkan untuk dapat mencapai visi perseroan tersebut, misi yang dijalankan adalah :

1. Pilihan utama, sebagai pilihan yang paling disukai atau diutamakan untuk pengalaman hiburan yang dipilih oleh target pasar.
2. Pengalaman hiburan yang tak terlupakan, melalui kombinasi produk dan layanan yang luar biasa. (*Sumber : www.cgv.id, 2017*)

### 1.1.3 Tipe Auditorium CGV Cinemas

Ada beberapa tipe auditorium yang dimiliki oleh CGV Cinemas dengan suasana yang eksklusif dilengkapi layar yang lebar dan sound yang maksimal diantaranya (*Sumber* : [www.cgv.id](http://www.cgv.id), 2017):

#### 1. Velvet Class

Velvet class merupakan tipe bioskop *first class* dilengkapi layar yang lebar dan sound yang maksimal, *sofa bed* mewah untuk 2 orang yang dilengkapi bantal pilihan dan selimut yang lembut. Pelayanan yang maksimal juga diberikan dengan menghadirkan fitur *service button*, yaitu sebuah tombol yang ada di setiap *sofa bed*, yang memungkinkan para penonton untuk memesan makanan dan minuman tanpa harus beranjak dari tempat duduk. Velvet Class pun didukung dengan suasana *lounge* eksklusif yang berbeda dari biasanya dengan menampilkan unsur retro yang hangat dan personal.



**Gambar 1.2**

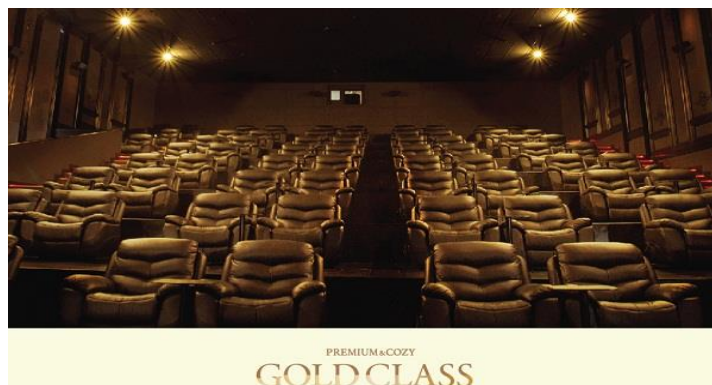
#### **Tipe Auditorium Velvet Class**

*Sumber* : [www.cgv.id](http://www.cgv.id), 2017

#### 2. Satin Class/ Gold Class

Gold Class atau Satin Class merupakan tipe bioskop *VVIP*. Tipe ini memungkinkan penonton untuk mendapatkan pengalaman menonton film yang lebih nyaman dengan kursi yang memiliki sandaran kaki dan fasilitas *service button*

yang memungkinkan pemesanan makanan dan minuman dari dalam auditorium. Satin Class dilengkapi dengan 52 *reclining seats*, dan *lounge* eksklusif.



**Gambar 1.3**

**Tipe Auditorium *Gold Class***

*Sumber : www.cgv.id, 2017*

### 3. RealD 3D

RealD 3D merupakan teknologi proyeksi stereoskopik yang dibuat dan dimiliki oleh RealD Inc. Sampai saat ini, teknologi RealD 3D adalah teknologi yang paling banyak digunakan untuk menonton film 3D di berbagai bioskop di seluruh dunia. Kelebihan dari teknologi ini dibandingkan dengan teknologi serupa adalah kacamata 3D yang digunakan menggunakan circular polarized (proyeksi gelombang yang berputar) sehingga memungkinkan kepala kita bergerak bebas saat menyaksikan film dalam format 3D. Perbedaan teknologi ini dari teknologi 3D lainnya adalah pengalaman lebih melihat gambar tersebut ke dalam layar, bukan seolah-olah muncul di depan layar. CGV Cinemas telah mengadopsi sistem ini di seluruh cabangnya.

### 4. 4DX

4DX merupakan teknologi film pertama dan satu-satunya di Indonesia yang dimiliki dan dikembangkan oleh perusahaan asal Korea Selatan CJ 4DPLEX, anak usaha CJ Group. Format film 4D dilengkapi dengan sensor khusus seperti gerakan, udara, aroma, percikan air dan efek khusus lainnya.



**Gambar 1.4**

**Tipe Auditorium 4DX Class**

*Sumber : [www.cgv.id](http://www.cgv.id), 2017*

#### 5. SphereX

Sphere X menggunakan kursi yang direbahkan hingga 45 derajat agar tubuh mengikuti arah gerak gambar. Studio Sphere X yang dimiliki oleh CGV Cinemas sangatlah berbeda dengan bioskop konvensional. Studio tersebut menggunakan layar melengkung (Curve Screen) dengan ukuran 26×14 meter yang mampu menampilkan film berformat 2D dan 3D. Sistem suara yang digunakan pun sangat amat canggih melebihi studio IMAX. Studio Sphere X menggunakan sebanyak 60 buah pengeras suara di setiap sisi dalam studio. Sphere X CGV Cinemas juga mengaplikasikan Vive Chirstie Audio dan Dolby Atmos yang merupakan teknologi terbaru dari Dolby.



**Gambar 1.5**

**Tipe Auditorium *SphereX Class***

*Sumber : www.cgv.id, 2017*

6. Sweet Box

Sweet Box menawarkan kursi bersekat berwarna merah dengan tagline “*special seat to enjoy movie with your special one*”. Sweet Box diperuntukkan bagi pasangan yang ingin mendapatkan privacy saat menonton film di bioskop.

7. Starium

Starium adalah konsep cinema dengan layar lebar berdimensi 19,5 x 8,1 meter , yang dilengkapi dengan sound system Dolby Digital 7.1 dan Barco Proyektor 4K. Fitur terbaru ini memiliki kapasitas tempat duduk sebanyak 425 kursi.

**1.1.4 Gambaran Umum 21 Cineplex Sebagai Kompetitor CGV Cinemas**

Cineplex 21 pertama kali dibangun oleh Sudwikatmono pada tahun 1987 di jalan MH. Thamrin. Nama 21 diambil dari nomor jalan MH. Thamrin lokasi studio 21 pertama dibangun. Pada tahun 1999 Sudwikatmono melepaskan kepemilikan jaringan bioskop 21 kepada partnernya, yaitu Benny Suherman dan Harris Lesmana. Jaringan bioskop ini sangat melekat di ingatan masyarakat Indonesia karena Cineplex 21 Group merupakan sebuah jaringan bioskop terbesar yang ada di Indonesia. Selain itu, Cineplex 21 tercatat sebagai pelopor jaringan

bioskop yang ada di Indonesia (21Cineplex, 2017). Cineplex 21 Group pun melakukan perubahan dengan membentuk jaringan bioskop menjadi 3 merek yang terpisah, yaitu Cinema 21, Cinema XXI dan The Premiere dengan target pasar yang berbeda. Cinema XXI pertama kali didirikan di Plaza Indonesia Entertainment pada tahun 2004. Cineplex 21 Group pun kembali mendirikan bioskopnya di Kota Bandung tepatnya di Mall Cihampelas Walk pada tahun 2006, yaitu Ciwalk XXI dengan konsep desain interior yang didominasi kayu coklat bernuansa temaram. Mayoritas film-film yang diputar merupakan film-film box office Hollywood, namun XXI juga turut memutar film Indonesia sesuai dengan lokasi dan pasar pengunjung pusat perbelanjaan yang bersangkutan (21Cineplex, 2017).



**Gambar 1.6**

**Logo Cinema 21**

*Sumber: [www.21cineplex.com](http://www.21cineplex.com), 2017*



**Gambar 1.7**

**Logo Cinema XXI**

*Sumber: [www.21cineplex.com](http://www.21cineplex.com), 2017*



**Gambar 1.8**

**Logo Cinema The Premiere**

*Sumber: www.21cineplex.com, 2017*

Beberapa Cinema 21 turut direnovasi menjadi Cinema XXI dan setiap tahunnya kehadiran Cinema XXI di kota-kota besar terus meningkat menggantikan Cinema 21. Di akhir tahun 2008, seiring dengan perkembangan teknologi dan semakin maraknya film-film berbasis format 3D, CinemaXXI turut mengaplikasikan teknologi Dolby Digital Cinema 3D di beberapa XXI yang memadai.

Pada tanggal 1 Mei 2009, Group Cinema XXI menambahkan feature baru, yaitu The Premiere pada Cinema XXI Ciwalk Bandung. Bandung adalah kota kedua setelah Jakarta yang menghadirkan The Premiere. The premiere ditargetkan untuk pecinta film yang menginginkan fasilitas eksklusif, seperti seat sofa berpasangan yang dilengkapi dengan meja yang letaknya ditengah sebagai pembatas juga tempat untuk menaruh makanan dan minuman. Selain itu terdapat tombol pengatur sofa di sebelah kanan untuk mengatur ketinggian kaki sofa sesuai dengan kenyamanan yang diinginkan oleh penonton dan disediakan juga selimut di dalam laci jika dibutuhkan. Jarak antara satu barisan sofa ke sofa berikutnya agak berjauhan, hal tersebut yang membuat privacy penonton lebih terjaga. The Premiere hadir di XXI Ciwalk dengan 2 auditorium dengan masing-masing dilengkapi 32 sofa untuk auditorium 1 dan 30 sofa untuk auditorium 2. (21Cineplex, 2017)

## **1.2 Latar Belakang**

Sekitar tahun 1900 tepatnya tanggal 5 Desember, Bioskop masuk ke Indonesia. Saat itu film mulai masuk ke Hindia Belanda (Batavia, sekarang Jakarta). Bioskop pertama yang muncul di Indonesia bukan sebuah gedung bioskop melainkan berada



di rumah seorang Belanda di Kebondjoe, Tanah Abang, Jakarta Pusat dan film yang diputar adalah film bisu, kemudian berkembang menjadi sebuah bioskop yang memiliki konsep sangat sederhana, hanya ditutupi dinding bilik tanpa atap. Perusahaan-perusahaan bioskop ini tidak memiliki tempat yang tetap pada masa awal pertumbuhannya. Pada umumnya, mereka menyewa rumah besar ataupun lapangan besar yang menjadi cikal bakal layar tancap. (Ramadani, 2014:14)

Bioskop-bioskop tersebut pun berkembang menjadi bioskop yang dibangun di pusat perbelanjaan, kompleks pertokoan atau di dalam mall yang menjadi tempat nongkrong anak muda. Tahun 1920-an gedung bioskop mulai dikembangkan dengan serius dan terdapat pengelompokan penonton berdasarkan ras. HM Johan Tjasmadi, ketua Gabungan Pengusaha Bioskop Seluruh Indonesia periode 1970-1999, dalam bukunya *100 Tahun Bioskop di Indonesia (1900-2000)* menegaskan mengapa ukuran ras menjadi perihal penting di awal kelahiran bioskop Indonesia, karena film yang masuk ke Hindia Belanda (Batavia, sekarang Jakarta) hanya sebuah rasa kebanggaan orang kulit putih yang tidak mau kalah dari saudara-saudaranya yang tinggal di Indonesia. Maka saat itu dibangunlah bioskop khusus untuk orang Eropa. Di samping itu, juga terdapat bioskop untuk kelas bawah. (Ramadani, 2014:15)

Perkembangan dunia perfilman dan bioskop di Indonesia pun tidak selalu berjalan dengan mulus, pada sekitar tahun 1942-1945 banyak gedung bioskop beralih fungsi menjadi gudang penyimpanan bahan pokok dan film pada masa itu dianggap tidak menarik karena berisi propaganda Jepang serta harga tiketnya pun terbilang mahal. Namun pasca kemerdekaan, dunia perfilman dan bioskop di Indonesia pun semakin menunjukkan perkembangan positif yang pesat mulai dari lahirnya lembaga perfilman, dibuatnya Festival Film Indonesia juga dibangunnya gedung-gedung bioskop yang semakin bertambah banyak menjadi 1.081 pada tahun 1973. Kemudian Pada tahun 2006 PT. Graha Layar Prima Tbk (BLTZ) menghadirkan bioskop pertama di Mall Paris Van Java Bandung dengan nama Blitzmegaplex. Yang memiliki teknologi audio dan visual yang lebih canggih juga pelayanan yang lebih memudahkan pengunjung bioskop dan CGV Cinemas pun

memiliki banyak program promosi yang diberikan kepada pelanggan. Kemudian CGV Cinemas pun membuka cabang baru di kota-kota besar di Indonesia.

**TABEL 1.1**  
**Cabang CGV Cinemas di Jawa barat**

<b>CGV Cinemas</b>	<b>Alamat</b>	<b>Tanggal Peluncuran</b>
Paris Van Java	Jl. Sukajadi No. 131-139, Cipedes Kota Bandung, Jawa Barat	16 Oktober 2006
Bekasi Cyber Park	Jl. KH Noor Alie No. 17, Bekasi Barat, Jawa Barat	3 Juni 2011
Grand Galaxy Park	Jl. Boulevard Raya Timur, Komp Taman Galaxy, Bekasi Selatan, Jawa Barat	1 November 2013
Miko Mall	Jl. KH. Wahid Hasyim No. 599, Kopo, Bandung, Jawa Barat	1 Oktober 2014
Bandung Electronic Center	Jl. Purnawarman No. 7- 11, Bandung, Jawa Barat	27 Agustus 2015
Grage City Mall	Jl. Ahmad Yani, Penggambiran, Cirebon, Jawa Barat	29 Oktober 2015
Festive Walk	Jl. Galuh Mas Raya, Komplek Perum. Galuh Mas, Karawang, Jawa Barat	10 Desember 2015
23 Paskal	Komp Paskal Hyper Square, Jl. Pasirkaliki, Kebon Jeruk, Andir, Kota Bandung, Jawa Barat	20 April 2017

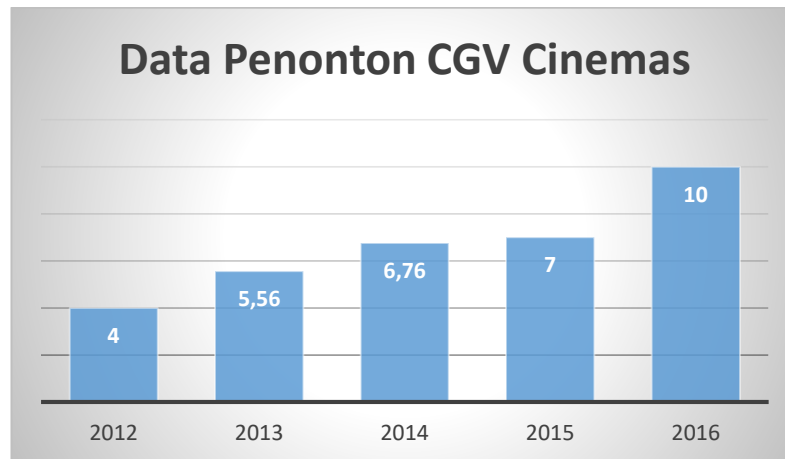
*Sumber : www.cgv.id, 2017*

Menonton film kini tak cukup puas hanya sebatas duduk menyaksikan dan menikmati sajian yang ada. Semakin hari, teknologi semakin berkembang. Dari film hitam putih, berwarna, sampai tiga dimensi. Masih belum cukup, efek spesial dan suara juga dikerjakan dengan serius agar dapat memanjakan indera. Lebih dari itu, sekarang banyak masyarakat yang ingin diberikan kenyamanan, *privacy* dan kemudahan pada tempat hiburan juga sangat penting, khususnya pada bioskop.

Menanggapi bahwa kenyamanan, *privacy*, dan kemudahan pada tempat hiburan juga sangat penting, khususnya pada bioskop. Beberapa pengelola bioskop mulai berlomba-lomba untuk memenuhi keinginan masyarakat. Sebuah terobosan baru pun hadir dengan tujuan mengutamakan kenyamanan para penonton dalam menonton film, seperti kenyamanan dalam mendapatkan posisi tempat duduk. Para pecinta film kini bisa mendapatkan pengalaman baru dalam menonton film yang lebih nyaman dan lebih personal dengan mendapatkan pelayanan yang lebih mudah dan cepat.

Ditambah dengan kebiasaan serta gaya hidup masyarakat jaman sekarang, yang sudah tidak lagi terlalu mementingkan film apa yang akan ditonton tetapi juga ingin menikmati fasilitas yang disediakan oleh pihak bioskop. Bahkan mereka rela membayar lebih demi mendapatkan fasilitas yang mewah.

Salah satu pengelola bioskop tersebut diantaranya CGV Cinemas yang menghadirkan berbagai Tipe auditorium dengan suasana yang eksklusif dilengkapi layar yang lebar dan sound yang maksimal yaitu auditorium reguler, velvet, gold, starium, sweetbox, 4DX dan SphereX.



**Gambar 1.9**

**Data Penonton CGV Cinemas**

*Sumber : www.marketeers.com, 2017*

Dilihat dari grafik diatas bahwa jumlah penonton CGV Cinemas dari tahun ke tahun selalu meningkat pada tahun 2012 jumlah penonton CGV Cinemas terdapat 4 juta penonton, dan pada tahun 2016 terlihat peningkatan yang cukup tinggi dengan meraih 10 juta penonton, meskipun begitu CGV Cinemas tidak berbangga diri dan diam begitu saja, tetapi CGV Cinemas terus melakukan inovasi guna meningkatkan pelayanan pada para pecinta film di Indonesia, salah satunya dengan memberikan layanan *CGV Membership* dengan menggunakan *Card Member* dan *E-Card Member*. Kedua keanggotaan tersebut memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai alat identifikasi saat melakukan transaksi di lokasi CGV Cinemas dan secara online, dengan menggunakan semua metode pembayaran baik Tunai, Kartu Debit / Kredit, Saldo & Poin di dalam *CGV Membership* itu sendiri. Yang membedakannya adalah *E-Card Member* tidak menggunakan kartu fisik, melainkan menggunakan *QRcode* yang muncul di website ataupun aplikasi pada Android / iOS sedangkan *Card Member* berupa kartu fisik berwarna merah yang memuat logo CGVblitz di pojok kiri atas kartu, dan bertuliskan MEMBER ditengah-tengah kartu.



**Gambar 1.10**

***Card Member CGV Cinemas***

*Sumber : Dokumentasi Penulis, 2017*

CGV Cinemas ini melihat pentingnya memanjakan penonton film di Indonesia dengan memberi kemudahan dalam bertransaksi. Salah satu bentuk peningkatan pelayanan yang diberikan CGV Cinemas adalah dengan merilis fitur *E-Card Member*.

*E-Card Member* merupakan sebuah perpaduan layanan fasilitas yang ditawarkan oleh kartu keanggotaan dan aplikasi mobile. Menyadari tingginya jumlah pengguna *smartphone* termasuk para penonton film di Indonesia khususnya para pelanggan CGV Cinemas, fitur ini pun dianggap mampu memberikan solusi kemudahan penonton dalam melakukan transaksi pembelian tiket.

*E-Card Member* dapat diakses melalui website dan aplikasi mobile. Fitur ini dapat menggantikan kartu fisik dengan nomor kartu yang didapat secara otomatis setelah mendaftar beserta QR Code untuk di-scan agar memudahkan proses transaksi. Fitur ini juga dilengkapi dengan jadwal tayang film, informasi lokasi terdekat, promosi dan berita seputar CGV Cinemas. *E-Card member* ini bisa didapatkan melalui register terminal yang tersedia di semua lokasi CGV Cinemas.

Pada tahun 2016, CGV Cinemas mengurangi penerbitan kartu fisik dan mulai memperkenalkan *E-Card Member*, hingga akhirnya pada bulan Mei 2016, CGV

Cinemas berhenti mengeluarkan kartu fisik, dan hanya bisa mengeluarkan *E-Card member*. Kita bisa mendapatkan *E-Card member* hanya dengan register di *website* atau aplikasi CGV Cinemas.

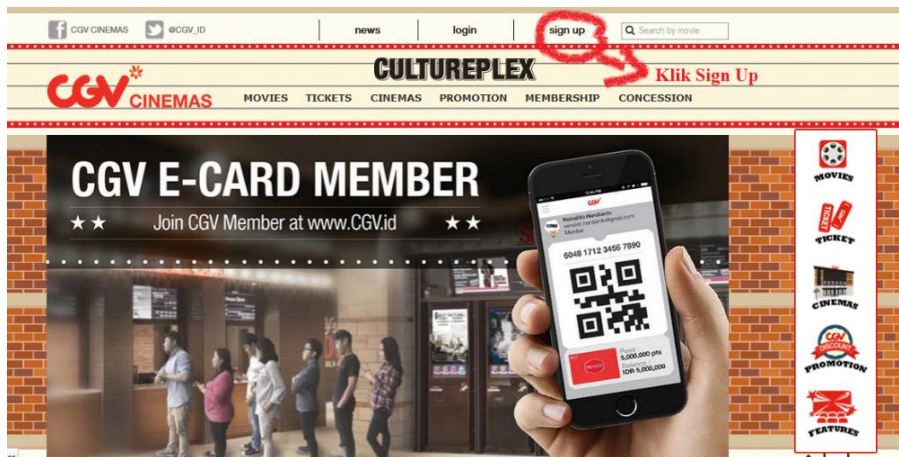


**Gambar 1.11**

***E-Card Member CGV Cinemas***

*Sumber : www.cgv.id, 2017*

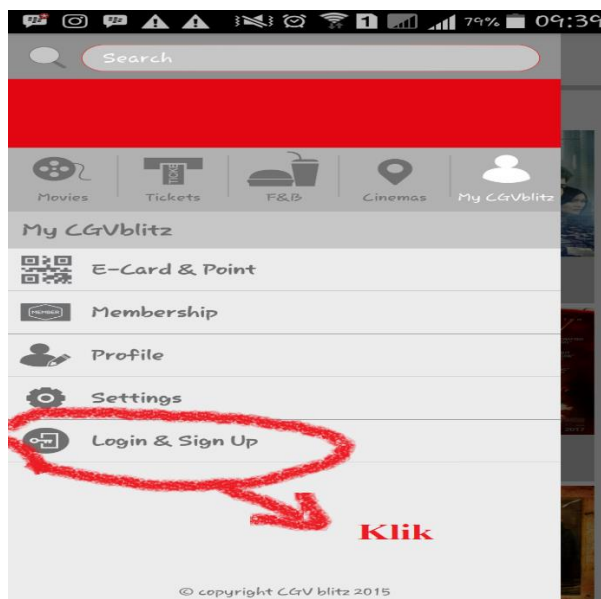
Pelanggan yang ingin menjadi member CGV Cinemas harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu yang bisa dilakukan melalui website CGV Cinemas [www.cgv.id](http://www.cgv.id) atau melalui aplikasi CGV Cinemas yang bisa dibuka disemua *Smartphone*, setelah itu klik “*Sign Up*” lengkapi data diri seperti alamat *email*, nama, tanggal lahir, jenis kelamin, kota tinggal, nomor telepon dll, lalu buat PIN dan *Password* milik pelanggan masing-masing. Setiap theater CGV Cinemas disediakan *PC Registration Terminal* pada *Membership Zone*.



**Gambar 1.12**

**Pendaftaran melalui Web**

*Sumber : www.cgv.id, 2017*



**Gambar 1.13**

**Pendaftaran melalui Aplikasi**

*Sumber : Dokumen Penulis, 2017*

Selain mempermudah dalam bertransaksi *E-Card Member* juga digunakan sebagai alat promosi untuk pelanggan CGV Cinemas untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Seperti yang dikatakan Lupiyoadi (Dahlia 2013:178), kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Sedangkan Loyalitas pelanggan menurut Griffin (Ratih 2015:129) Loyalitas adalah perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.

Banyak promosi yang diberikan kepada pelanggan yang ada didalam *E-Card Member* diantaranya :

1. Menjadi *CGV Member* sangatlah mudah dan gratis tanpa biaya, pelanggan bisa daftar secara online melalui [www.cgv.id](http://www.cgv.id) atau melalui aplikasi *CGV Cinemas* pada *Smartphone* dengan menggunakan alamat email, setelah sukses akan mendapat *E-Card Number & QR Code Number* pada *Website, Application*, dan *email*.
2. Mendapat *Cashback* senilai 5% dari setiap transaksinya. Setiap minimum transaksi Rp. 10.000 akan mendapatkan 500 poin dengan menggunakan semua alat pembayaran. Setiap 1 poin sama dengan Rp. 1, point yang terakumulasi dapat ditukarkan dengan berbagai produk, seperti tiket gratis, snack gratis atau potongan harga dengan poin. Namun *CGV member* mempunyai masa berlaku untuk poin yang terkumpul, masa aktif poin terhitung bulan Januari sampai Desember (setiap tahunnya). Masa berlaku poin akan berakhir 3 bulan setelah masa aktif berakhir. Misalnya:
  - a. Masa aktif untuk point = 1 Januari s/d 31 Desember 2017
  - b. Masa akhir untuk point = 31 Maret 2018
3. Mendapat harga khusus untuk pembelian F&B, Discount 20% untuk *Snack Ala Carte & Member Combo. Free Upsize* untuk Popcorn dan Softdrink.
4. Mendapat potongan harga atau keuntungan lainnya dari *Merchant Partner* *CGV Cinemas*, cukup dengan menunjukkan *E-Card / Kartu member* pada *outlet* yang bekerjasama.



5. Pelanggan tidak perlu antri pada antrian *Regular Cashier* hanya dengan melakukan transaksi secara *Online* dan pada *Self-Ticketing Machine*. Pelanggan bisa membooking film pada waktu yang sudah disediakan sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan tiket tanpa harus mengantri.

Tujuan dari fasilitas-fasilitas dan promosi tersebut adalah kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai loyalitas pelanggan karena hal ini pelanggan memegang peranan penting dalam mengukur loyalitas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Sesuai dengan data yang telah diuraikan sebelumnya maka penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui loyalitas pelanggan terhadap promosi *CGV Membership* menggunakan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Promosi *E-Card* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : CGV Cinemas BEC Bandung Tahun 2017)”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana promosi *E-Card* yang dilakukan oleh CGV Cinemas?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan pada CGV Cinemas?
3. Bagaimana pengaruh promosi *E-Card* terhadap loyalitas pelanggan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui promosi *E-Card* yang dilakukan oleh CGV Cinemas.
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada CGV Cinemas.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi *E-Card* terhadap loyalitas pelanggan.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Secara khusus, kegunaan dari penelitian ini yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

### **1. Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat keakuratan dari penelitian sebelumnya yang membahas tentang teori yang sama, yaitu teori promosi dan loyalitas pelanggan, serta diharapkan dapat menjadi referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya.

### **2. Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan terkait yang dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam mempertahankan atau memperbaiki kualitas pelayanan demi meningkatkan promosi dan loyalitas pelanggan dari suatu perusahaan.

### **3. Aspek Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi, referensi dan juga dapat dijadikan perbandingan atau bahan masukan bagi penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat menambah wawasan tentang promosi dan loyalitas pelanggan.

## **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian ini, diperlukan batasan-batasan yang bertujuan untuk menjaga konsistensi dari tujuan penulisan itu sendiri, sehingga masalah yang dibahas tidak akan meluas dan pembahasan ini akan lebih terarah. Batasan dari penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan variabel *independent* yaitu promosi dan variabel *dependent* yaitu loyalitas pelanggan.
2. Objek dari penelitian ini adalah CGV Cinemas Cabang BEC yang berlokasi di Jl. Purnawarman No. 7-11, Bandung, Jawa Barat.
3. Periode penelitian : Februari – Juni 2017.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan serta terdapat data dan fakta disajikan pada bab ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

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

Bab ini membahas analisa data-data mengenai pengaruh *CGV Member* terhadap loyalitas pelanggan yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan pada bab tiga.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.