

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

M-TIX *Mobile* pertama kali rilis pada tahun 2013, berawal dari inovasi perusahaan *Movie theater* Cinema XXI, M-TIX *mobile* merupakan sinergi layanan Cinema XXI kepada pelanggan, setelah sebelumnya pelanggan memanfaatkan informasi dan transaksi tiket jarak jauh dalam pengiriman SMS dan melalui *Website*. M-TIX *Mobile* berupa aplikasi pada *smartphone* dan akun yang dibuat dengan beberapa data diri pengguna, aplikasi ini bertujuan meningkatkan efisiensi pelayanan pada perusahaan, Melalui aplikasi ini pelanggan dapat membeli tiket nonton jarak jauh, selain itu pelanggan mendapatkan informasi film-film yang tersedia, film-film yang akan tayang, kursi yang tersedia, riwayat transaksi dan pengisian saldo, dan lokasi-lokasi studio.

1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi: “Menjadi bioskop terfavorit dan terbaik yang ada serta banyak diminati oleh masyarakat serta mampu bersaing di bidang *Movie theater studio*.”

Misi:

- a. Memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat dalam hal pemesanan tiket
- b. Memberikan tariff termurah dan terjangkau bagi penonton
- c. Menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan perusahaan yang lain
- d. Pihak perusahaan memberikan pelayanan terbaik, sopan dan ramah agar penonton tidak merasa bosan dan jenuh selama menonton pertunjukan film sehingga visi yang di angan-angankan dapat menjadi kenyataan

1.1.2 Logo Perusahaan

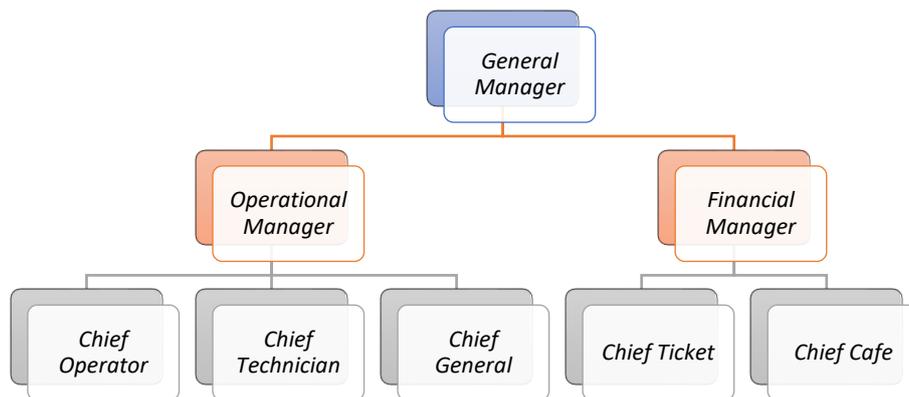


Gambar 1.1

Logo Perusahaan

Sumber: <http://www.cineplex21.com/>

1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.2

Struktur Organisasi

Sumber: <http://www.cineplex21.com/>

1.2 Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini *Smartphone* menjadi kebutuhan masyarakat sehari-hari. Hasil survey yang dilakukan perusahaan riset *We are social* (<https://digitalreport.wearesocial.com/>) perangkat yang dipakai untuk mengakses internet, sebanyak 69% dari total populasi masyarakat Indonesia mengakses internet melalui *gadget* elektronik *smartphone*. Kehadiran perangkat ini, mendukung penggunaan dalam mengakses internet juga menjadi salah satu faktor utama pada peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia akan *smartphone* (<https://digitalreport.wearesocial.com/>).

Adapun gambar 1.3 yang menunjukkan kenaikan pengguna *smartphone* di Indonesia pada tahun 2013 hingga tahun 2018.



Gambar 1.3

Grafik Pengguna Smartphone di Indonesia

(Sumber: www.emarketer.com)

Dari gambar di 1.3 dapat di lihat bahwa Smartphone semakin diminati oleh masyarakat Indonesia dengan adanya kenaikan jumlah pengguna smartphone dari tahun ke tahun.

Smartphone dapat menjadi wadah/target perusahaan dalam mencari keuntungan dengan memanfaatkan aplikasi-aplikasi yang tersedia di smartphone. Dalam hal ini, aplikasi dalam smartphone di gunakan perusahaan untuk memberikan layanan berbasis online. M-TIX *Mobile* dan TIX ID aplikasi yang menerapkan inovasi layanan pembelian tiket berbasis online yang tujuannya memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan informasi, pembelian tiket film jarak jauh dan memudahkan interaksi pelanggan dengan perusahaan.

Walaupun adanya aplikasi M-Tix *Mobile* dan TIX ID ini memudahkan pelanggan dalam pembelian tiket, ada beberapa tanggapan pengguna ditemukan dalam pengunduhan aplikasi M-Tix *Mobile* dan TIX ID di *play store* dan *Appstore*. Adapun tabel yang menunjukkan beberapa keluhan yang sering dilontarkan beberapa pengguna M-Tix *Mobile* dan TIX ID pada periode 2018 s/d 2019.

Fitur setelah update kurang memuaskan

★★★★☆ Mounyra14 - Jun 21, 2018

Setelah di update malah tdk bisa liat seat yang kosong meskipun tdk ada saldo.. Pas uda isi saldo malah trnyata seat banyak yg kosong. Tau gini kan ga perlu habis duit di biaya admin nya

Lihat seat butuh saldo

★★★★☆ Jimmy Wijaya - Oct 2, 2018

Masa cuma mau cek seat yang ada aja harus punya saldo? Mending aplikasi sebelah banyak promonya~ dan ga perlu saldo buat cek studio dan seatnya

review

★★★★☆ Gibr4n - Oct 14, 2018

1. Tolong hilangkan biaya admin tiket karena pada saat isi saldo via bank udah kena biaya admin. Harusny fasilitas mtix ato beli tiket udah jadi fasilitas dr XXI untuk memudahkan customer. Gak pernah ada kan qta beli tiket via website ada tambahan biaya admin dr maskapainya
2. Tolong akses untuk liat seat tanpa isi saldo dibuka. Masa harus isi saldo dl baru bisa liat seat. Klo terlanjur isi saldo trnyata seatny gak ada gmn ?
3. Sementara ini dl reviewnya.. semangat !!!

Gambar 1.4

Keluhan Pengguna M-Tix *Mobile*

Sumber: Google Play Store dan App Store

Berdasarkan data dari *google play store* jumlah pengguna aplikasi M-Tix *Mobile* mencapai lebih dari 1 juta pengguna sedangkan jumlah pengguna aplikasi TIX id mencapai 600ribu pengguna di masing-masing *digital market place (playstore)* pada periode desember 2018. Hal itu menunjukkan antusiasme pengguna di Indonesia terhadap aplikasi M-Tix *Mobile* Cinema XXI tergolong sangat tinggi dibandingkan TIX id, dan M-Tix *Mobile* merupakan aplikasi pertama pembelian tiket nonton berbasis online di Indonesia. Meskipun begitu, masih adanya keluhan pada M-Tix *Mobile* dalam pengoperasian dan pelayanannya menunjukkan ketidakpuasan harapan pengguna terhadap aplikasi M-Tix *Mobile* karena teori kepuasan pelanggan adalah ketika ekpektasi yang ada sesuai yang diharapkan pelanggan, dan permasalahan yang sering dikeluhkan pengguna yang ditemukan yaitu sistem cek *seat* yang

harus mempunyai saldo yang cukup, masalah yang dipaparkan ini merupakan masalah *e-service quality* karena *E-service quality* didefinisikan sebagai “sejauh mana situs web atau aplikasi memfasilitasi belanja dan pembelian produk atau jasa secara efektif dan efisien” (Bressolles & Durrieu, 2011, p.4), selain itu keluhan lain nya biaya admin yang tidak transparan yang membuat pengguna terpaksa melakukan *top up* dua kali, sedangkan aplikasi M-Tix *mobile* mempunyai sistem minimal *top up* nya sebesar 100 ribu rupiah, masalah ini merupakan masalah *perceived value* karena *perceived value* didefinisikan nilai yang dipersespsikan pelanggan mengenai pertukaran antara apa yang pelanggan dapatkan dengan apa yang mereka bayar (Menurut Vladik Kreinovich 2019:382). Hal ini seharusnya menjadi perhatian bagi pihak manajemen Cinema XXI dalam memberikan layanan secara maksimal melalui aplikasi M-Tix *Mobile* Cinema XX.

Untuk dapat lebih mengetahui bagaimana tanggapan pengguna terhadap aplikasi M-Tix *Mobile*, dilakukan survey awal (*pra survey*) kepada pengguna aplikasi sebanyak 30 orang di kota Bandung. Hasil tanggapan responden terhadap aplikasi M-Tix *Mobile* dapat dilihat pada tabel 1.2:

Tabel 1.1
Tanggapan Pengguna Terhadap Aplikasi M-Tix *Mobile*

| No | Dimensi | Pertanyaan | Tanggapan Responden | |
|----|--|--|---------------------|-------|
| | | | Ya | Tidak |
| 1. | <i>Site aesthetic</i> /tampilan aplikasi yang menarik | Apakah tampilan dari aplikasi M-Tix <i>Mobile</i> menarik? | 25 | 5 |
| 2. | <i>Ease of use</i> /kemudahan penggunaan | Apakah dengan adanya aplikasi M-Tix <i>mobile</i> mempermudah pelayanan secara online? | 11 | 19 |
| 3. | <i>Efficient and Reliability</i> /tingkat efisiensi | Apakah setiap Fungsi fitur aplikasi M-Tix <i>Mobile</i> sudah efisien? | 8 | 22 |
| 4. | <i>Responsiveness</i> /penanganan masalah | Apakah layanan <i>call service</i> di aplikasi M-Tix <i>Mobile</i> sudah baik? | 11 | 19 |
| 5. | <i>Security/Trust</i> /keamanan dan tingkat kepercayaan konsumen | Apakah aplikasi M-Tix <i>Mobile</i> dapat dipercaya dan menjaga informasi pengguna? | 15 | 15 |

| | | | | |
|---|--|--|----|----|
| 6 | <i>Emotional Value</i> / Nilai emosional | Apakah anda senang pada saat menggunakan aplikasi M-Tix <i>Mobile</i> ? | 6 | 24 |
| 7 | <i>Social Value</i> / Nilai Sosial | Apakah nilai sosial anda meningkat saat menggunakan aplikasi M-Tix <i>Mobile</i> ? | 17 | 13 |
| 8 | <i>Performace</i> / Performa | Apakah ekspektasi yang diharapkan terhadap performa aplikasi sesuai dengan apa yang didapatkan pengguna? | 2 | 28 |
| 9 | <i>Price / Value of Money</i> / Harga | Apakah biaya pada aplikasi M-tix <i>Mobile</i> sudah cukup efisien? | 5 | 25 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (Oktober 2018)

Hasil survei awal (*Pra survey*) menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap tampilan aplikasi M-Tix *Mobile* yang menarik, dan juga dengan menggunakan aplikasi M-Tix *Mobile* membuat nilai sosial pengguna meningkat ketika menggunakan aplikasi tersebut dibandingkan membeli tiket secara *offline*. Akan tetapi *pra survey* ini menunjukan bahwa pengguna tidak puas atas kemudahan pemakaian aplikasi, fungsi fitur yang efisien, call service yang responsif, kesenangan pada saat memakai aplikasi, aplikasi yang sesuai harapan pengguna, dan biaya yang efisien. Dengan begitu *pra survey* ini membuktikan masih banyaknya keluhan dan kendala mengenai kinerja aplikasi ini, menunjukkan bahwa pelayanan dan *value* yang di berikan M-Tix *Mobile* belum sepenuhnya maksimal dan memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan para pengguna aktif M-Tix *Mobile* sesuai standar pelayanan dan *value* yang di uraikan para ahli.

E-service quality didefinisikan sebagai “sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien” (Bressolles & Durrieu, 2011, p.4). Menurut Kreinovich (2019:382) *Perceived Value* merupakan nilai yang di persepsikan pelanggan mengenai pertukaran antara apa yang pelanggan dapatkan (i.e. benefit) dan apa yang mereka bayar (i.e. price or cost). Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang di dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai yang dengan harapan. (Kotler and Keller, 20016:168). Oleh karena itu, pengukuran kepuasan atas pelayanan yang diberikan layanan M-TIX *Mobile* pada masyarakat harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan stretegi yang lebih baik di masa mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan selalu menilai penilaian positif yang di rasakan pelanggan agar dapat memenuhi harapan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini pernah dilakukan oleh Bimo Taufan Perwira, Edy Yulianto, Srikandi Kumadji (2017) meneliti tentang pengaruh *e-service quality* dan *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan *Mobile application* tokopedia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *E-Service quality* dan *Perceived value* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Keduanya memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terdapat variabel loyalitas pelanggan.

Dengan adanya situasi dan fenomena tersebut maka permasalahan ini layak diteliti lebih lanjut menggunakan variabel *e-service quality* dan *perceived value* agar lebih mengetahui seberapa besar pengaruh *e-service quality* dan *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi M-Tix *Mobile*. Hal-hal di atas menjadi dasar latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul

”PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI M-TIX *MOBILE*”

1.3 Identifikasi Masalah

Dengan inovasi yang dilakukan Cinema XXI ini dapat membantu dan memudahkan pelanggan membeli tiket dan memberikan informasi secara cepat, tepat dan efisien. Aplikasi ini sudah dikenal dan digunakan oleh banyak masyarakat, akan tetapi terdapat kekurangan yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan M-Tix *Mobile*, seperti latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *e-service quality* pada aplikasi M-tix *Mobile*?
2. Bagaimana *Perceived value* pelanggan pengguna aplikasi M-Tix *Mobile*?
3. Bagaimana kepuasan pengguna aplikasi M-Tix *Mobile*?
4. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada aplikasi M-Tix *Mobile* ?
5. Seberapa pengaruh *Perceived value* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada aplikasi M-Tix *Mobile*?
6. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* dan *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada aplikasi M-Tix *Mobile*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui *e-service quality* pada aplikasi M-tix *Mobile*
2. Untuk mengetahui *Perceveid value* pelanggan pengguna aplikasi M-Tix *Mobile*
3. Untuk mengetahui kepuasan pengguna aplikasi M-Tix *Mobile*
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada aplikasi M-Tix *Mobile*
5. Untuk mengetahui seberapa pengaruh *Perceived value* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada aplikasi M-Tix *Mobile*
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-service quality* dan *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada aplikasi M-Tix *Mobile*

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai referensi dan rujukan bagi peneliti selanjutnya dan memperkaya khazanah keilmuan di bidang pemasaran yang berkaitan dengan strategi yang digunakan perusahaan untuk memperbaiki *e-service quality* dan *perceveid value*.

1.5.2 Aspek Praktis

- 1.5.3 Hasil penelitian ini diharapkan dapat di manfaatkan sebagai masukan bagi perusahaan, untuk memperbaiki strategi yang lebih baik kedepannya.