



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk industri hiburan, di mana transformasi ini telah memengaruhi cara konsumen mengakses dan menikmati berbagai jenis hiburan. Salah satu perubahan paling mencolok adalah kemudahan akses terhadap layanan hiburan melalui aplikasi berbasis daring, yang memungkinkan konsumen dengan cepat dan mudah melakukan pembelian tiket, mencari informasi terkait film, acara, atau konser yang diminati, serta merencanakan pengalaman hiburan mereka tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan fisik. Perkembangan teknologi membuat beberapa tren baru dimana banyak orang beralih ke layanan streaming untuk menonton film. Platform layanan *streaming* seperti *Disney Hotstar*, *Netflix*, *Amazon Prime*, dan lainnya yang menjadi populer karena mudahnya akses ke berbagai serial TV atau film. Fenomena saat ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku konsumen dalam memilih menonton film di bioskop atau di layanan *streaming*. Berbagai bioskop seperti CGV, XXI, dan Cinepolis sudah tersebar luas di Indonesia. Di antara banyaknya pilihan, CGV muncul sebagai salah satu pemain utama yang bersaing ketat dengan Cinema XXI, Cinepolis, Flix, dan Cinemaxx, masing-masing dengan pendekatan dan strategi pemasaran yang berbeda. Selain itu, keberagaman film yang dirilis setiap bulan, termasuk genre horor, komedi, dan drama, semakin meningkatkan daya tarik bioskop bagi penonton di seluruh tanah air.

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor perfilman Indonesia telah mengalami perubahan yang dramatis, terutama dalam hal jumlah penonton. Jumlah penonton film

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Indonesia pada tahun 2024 mencapai 68,95 juta, jauh lebih tinggi dibandingkan angka 55 juta yang tercatat pada tahun 2023. Pencapaian ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terutama jika dibandingkan dengan jumlah terendah pada tahun 2021, di mana hanya ada 4,5 juta penonton. Keberhasilan ini mencerminkan kebangkitan industri perfilman nasional setelah dampak pandemi dan menunjukkan antusiasme masyarakat yang semakin meningkat terhadap film lokal. Industri bioskop di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan berbagai jaringan yang menawarkan pengalaman menonton yang unik.

Berdasarkan informasi dari Badan Perfilman Indonesia (BPI) per Februari 2024, Indonesia memiliki sekitar 517 lokasi bioskop dengan total 2.145 layar yang tersebar di 115 kabupaten dan kota. Meskipun demikian, jumlah ini dianggap rendah mengingat total terdapat 349 kabupaten dan 91 kota di seluruh Indonesia. (sumber: <https://goodstats.id/>). Berikut data jumlah bioskop dan layar bioskop CGV:

**Gambar 1. 1**  
**Jumlah Bioskop dan Layar Bioskop di Indonesia**

BIOSKOP	JUMLAH BIOSKOP	LAYAR BIOSKOP
XXI	230	1235
CGV	73	416
Cinepolis	60	289
Platinum Cineplex	11	36
FLIX	4	25

Sumber: <https://market.bisnis.com> (Saumi Kurniasari, 2023)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Melihat gambar 1.1 dapat diketahui bahwa CGV adalah salah satu jaringan bioskop besar di Indonesia. Berdasarkan data, CGV memiliki 73 bioskop dengan total 416 layar. Hal ini menempatkan CGV sebagai jaringan bioskop terbesar kedua setelah XXI. Jumlah layar yang dimiliki CGV menunjukkan bahwa mereka menawarkan berbagai pilihan tayangan untuk masyarakat, mencakup beragam lokasi di berbagai wilayah Indonesia.

Dalam industri hiburan bioskop di Indonesia, CGV Cinemas merupakan salah satu jaringan bioskop terkemuka yang terus berinovasi, termasuk dengan menghadirkan aplikasi mobile yang memudahkan penggunaanya dalam memesan tiket secara daring. Aplikasi CGV Cinemas tidak hanya berfungsi sebagai platform pemesanan tiket, tetapi juga menjadi saluran penting untuk promosi dan memberikan pengalaman layanan berkualitas bagi pelanggannya. Promosi penjualan memiliki peranan yang sangat penting dalam menarik minat pengunjung, khususnya dalam konteks industri pariwisata dan perfilman. Menurut Kotler dan Armstrong (2024:72), promosi adalah salah satu elemen dari bauran pemasaran yang berfungsi untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan meyakinkan pelanggan sasaran agar melakukan pembelian produk tersebut. Dengan demikian, promosi penjualan tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penjualan dalam jangka pendek, tetapi juga membantu membangun citra positif dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Berikut beberapa promosi penjualan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

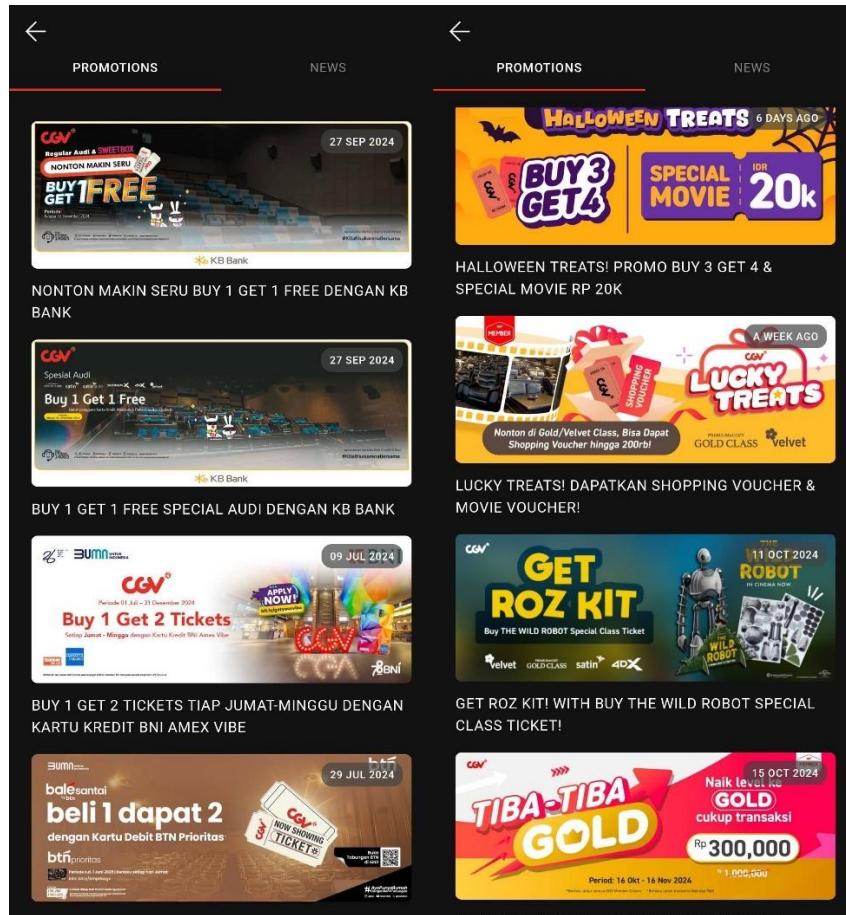
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 1.2**  
**Beberapa Promosi Penjualan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia**



Sumber: Tangkapan Layar Pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia, 2024

Berdasarkan Gambar 1.2 dapat diketahui CGV Cinemas Indonesia melakukan promosi penjualan, seperti *buy 1 get 2 tickets*, *buy 3 get 4*, *Lucky Treats*, Member, dan melakukan kerja sama bersama pihak industri film untuk berkolaborasi dalam penjualan merchandise film tersebut dan tiket nonton. Dengan mengunduh dan menggunakan aplikasi CGV Cinemas Indonesia konsumen bisa mendapatkan voucher menonton film secara gratis, voucher untuk pembelian makanan dan minuman, atau mendapatkan merchandise film yang bekerjasama.

Promosi dalam teori menurut Aji (2019:206) adalah taktik pemasaran yang dilakukan untuk memberikan informasi kepada calon konsumen, terkait pesan atau nilai yang

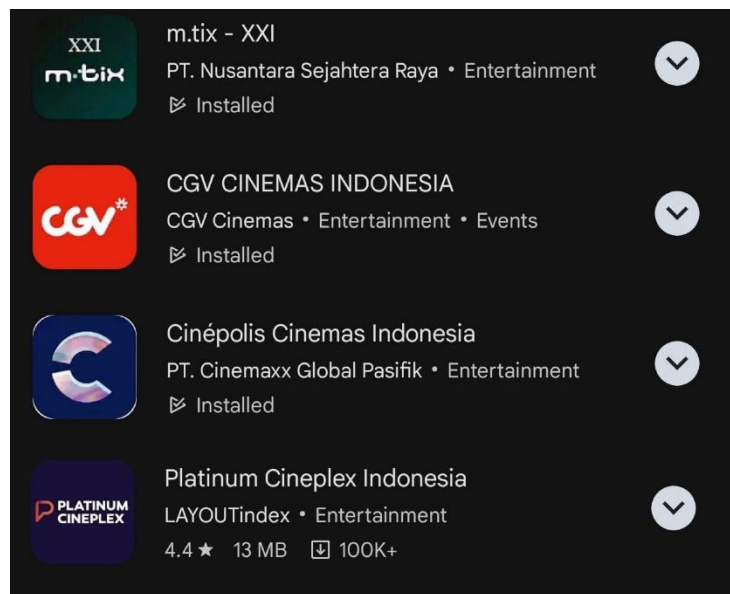
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

terkandung di dalam suatu produk atau merek serta membujuk mereka untuk melakukan pembelian atau penggunaan. Promosi yang dilakukan oleh CGV melalui aplikasi sering kali melibatkan berbagai penawaran menarik, seperti diskon pembelian tiket, paket spesial, hingga program loyalitas bagi pelanggan setia. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong mereka untuk menggunakan aplikasi secara berulang. Dengan konsumen yang berdatangan akan menjadi daya tarik konsumen yang lama menjadi pelanggan tetap.

**Gambar 1.3**  
**Aplikasi Bioskop di Indonesia**



Sumber: Tangkapan Layar Pada Aplikasi Play Store, 2024

Dari Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa CGV memiliki beberapa pesaing seperti XXI yang memiliki aplikasi m-tix, Cinepolis yang memiliki aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia, Platinum Cineplex yang menggunakan aplikasi Platinum Cineplex Indonesia untuk pembelian tiket dan Flix menggunakan website untuk pembelian tiket. CGV juga memiliki aplikasi seperti pesaing - pesaingnya yaitu aplikasi CGV Cinemas Indonesia untuk pembelian tiket. Kualitas layanan pada aplikasi sangat penting dalam pembelian tiket karena akan mempengaruhi kepuasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



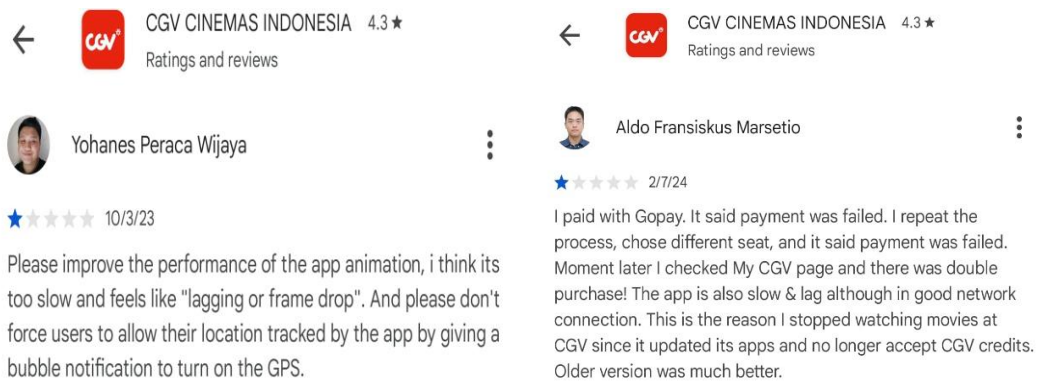
KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pelanggan. Aplikasi yang mudah digunakan dan responsif akan memungkinkan pelanggan memesan tiket dengan cepat tanpa kendala. Sebaliknya jika layanan aplikasinya buruk akan menghambat pembelian tiket dan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berikut beberapa keluhan pelanggan terhadap kualitas layanan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia.

**Gambar 1.4**  
**Beberapa Keluhan Pelanggan Terhadap Aplikasi CGV**



Sumber: Tangkapan Layar Play Store – CGV Cinemas Indonesia, 2024

Berdasarkan ulasan dari gambar 1.4 dapat diketahui CGV Cinemas Indonesia melakukan kualitas layanan yang buruk, seperti aplikasi yang sering lag, frame drop, dan pembayaran yang gagal menyebabkan beberapa pelanggan kecewa. Masalah-masalah teknis ini dapat mengganggu pengalaman pengguna dan menurunkan kepuasan pelanggan mereka terhadap aplikasi CGV. Kualitas layanan yang baik dan memuaskan dapat menarik perhatian pelanggan dan menjadi faktor utama yang mendorong orang untuk memilih produk atau layanan yang ditawarkan.

Selain itu, kualitas layanan serta pengalaman keseluruhan saat menggunakan aplikasi juga berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pengalaman yang positif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan pengalaman negatif dapat mengakibatkan kehilangan pelanggan. Namun, meskipun CGV telah menerapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berbagai strategi promosi dan berupaya meningkatkan kualitas layanan di aplikasinya, masih terdapat tantangan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di Jakarta, yang merupakan salah satu wilayah dengan tingkat persaingan yang tinggi dalam industri hiburan.

Berdasarkan penelitian Chriswardana (2018) menerangkan hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dihasilkan oleh Putri & Trisnowati (2021) menerangkan hasil bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Ibnu Cahyo Ramadhan & Tia Chisca Anggraeni (2022) bahwa promosi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dikatakan bahwa konsumen tertarik dengan promosi dan konsumen membutuhkan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam aplikasi. Berdasarkan Penelitian sebelumnya memberikan dorongan bagi peneliti untuk melaksanakan studi dengan judul “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia di Jakarta”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti telah mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia mempengaruhi kepuasan pelanggan ?
2. Bagaimana aktivitas promosi penjualan yang dilakukan oleh CGV Cinemas Indonesia mempengaruhi kepuasan pelanggan ?
3. Apa saja jenis alat promosi penjualan yang paling efektif dalam memingkatkan kepuasan pelanggan di aplikasi CGV Cinemas Indonesia ?



### 1.3 Batasan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah, peneliti dapat menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia ?
- 2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia ?

### 1.4 Batasan Penelitian

Dengan adanya batasan masalah tersebut, peneliti dapat menetapkan ketentuan untuk mempersempit ruang lingkup penelitian agar fokus pada pembahasan tertentu. Batasan penelitian meliputi:

1. Objek penelitian ini adalah aplikasi CGV Cinemas Indonesia
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menonton di CGV yang dibeli melalui aplikasi CGV Cinemas Indonesia.
3. Periode penelitian dimulai bulan November 2024 sampai bulan Februari 2025
4. Penelitian ini dilakukan di daerah Jakarta

### 1.5 Perumusan Masalah

Dari batasan masalah yang telah ditentukan, di dapat rumusan masalah: “Apakah promosi penjualan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia”



## 1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang disusun berdasarkan rumusan masalah adalah untuk memahami:

1. Untuk Mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia

## 1.7 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan (CGV Cinemas):

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi manajemen CGV Cinemas tentang seberapa besar pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya bisa dijadikan acuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif serta meningkatkan kualitas layanan, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

2. Bagi Penulis:

Penelitian ini memberikan penulis pemahaman yang lebih dalam mengenai hubungan antara promosi penjualan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Hal ini penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif di industri perfilman.