

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS FASILITAS DI KOTA CINEMA MALL JEMBER

Imelda Destina Fitriani^{1,*}, Ahmad Fausan², Fitriani³, Muhlis⁴

¹Prodi Manajemen Universitas PGRI Argopuro Jember

*Email Corresponding Author: mevfitriany12@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas di Kota Cinema Mall Jember. Dengan kata lain, penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas fasilitas, seperti kenyamanan kursi, kualitas suara, dan kebersihan ruangan, terhadap keputusan konsumen untuk memilih bioskop tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi manajemen Kota Cinema Mall Jember dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 3 pengunjung yang dipilih secara purposive berdasarkan frekuensi kunjungan dan demografi. Selain itu, dilakukan observasi langsung di lokasi selama 2 hari untuk mengamati kondisi fisik fasilitas dan perilaku pengunjung. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi manajemen Kota Cinema Mall Jember untuk meningkatkan kualitas fasilitas dan kepuasan pelanggan. Kualitas fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu layanan. Dalam industri hiburan, khususnya bioskop, kualitas fasilitas seperti kenyamanan kursi, kualitas suara, dan kebersihan ruangan menjadi pertimbangan utama bagi pengunjung.

Kata kunci: Pengaruh Persepsi Konsumen Kualitas Fasilitas

Abstract

This research aims to identify and analyze the influence of consumer perception on the quality of facilities at Kota Cinema Mall Jember. In other words, this research seeks to understand the extent to which the quality of facilities, such as seat comfort, sound quality, and room cleanliness, influences consumer decisions to choose this cinema. The findings of this research are expected to contribute to the management of Kota Cinema Mall Jember in improving service quality and maintaining customer loyalty. This research utilizes a qualitative approach with a case study design. Primary data was obtained through in-depth interviews with 3 visitors selected purposively based on visit frequency and demographics. Additionally, direct observation was conducted at the location for 2 days to observe the physical condition of the facilities and visitor behavior. The research findings are expected to provide recommendations for the management of Kota Cinema Mall Jember to improve facility quality and customer satisfaction. Facility quality is a crucial factor that can influence consumer satisfaction with a service. In the entertainment industry, particularly in cinemas, facility quality, including seat comfort, sound quality, and room cleanliness, are key considerations for visitors.

Keywords: The Influence of Consumer Perception on Facility Quality

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, persepsi konsumen menjadi faktor krusial bagi keberhasilan suatu usaha. Persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk atau jasa akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Salah satu sektor bisnis yang sangat memperhatikan persepsi konsumen adalah industri hiburan, khususnya bioskop. Bioskop tidak hanya menawarkan tontonan film, tetapi juga pengalaman menonton yang menyenangkan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas di Kota Cinema Mall Jember mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih bioskop tersebut. Kualitas fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu layanan. Dalam industri hiburan, khususnya bioskop, kualitas fasilitas seperti kenyamanan kursi, kualitas suara, dan kebersihan ruangan menjadi pertimbangan utama bagi pengunjung.

Kota Cinema Mall Jember sebagai salah satu bioskop yang cukup populer di Jember perlu memperhatikan kualitas fasilitasnya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas di bioskop tersebut mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih Kota Cinema Mall Jember. Di era digital yang serba cepat ini, sistem pemesanan online telah menjadi standar baru dalam berbagai sektor, termasuk industri hiburan seperti bioskop. Kota Cinema Mall Jember, yang masih mengandalkan sistem pembelian tiket secara manual, tertinggal dalam hal ini. Ketiadaan sistem pemesanan online membuat konsumen harus datang langsung ke lokasi untuk membeli tiket, yang bisa memakan waktu dan tenaga, terutama di jam-jam sibuk. Sistem pemesanan online, di sisi lain, menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk memilih kursi, waktu pertunjukan, dan melakukan pembayaran secara digital, tanpa harus antri. Dengan demikian, Kota Cinema Mall Jember perlu mempertimbangkan untuk mengadopsi sistem pemesanan online untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan daya saingnya di tengah persaingan industri hiburan yang semakin ketat. Di tengah era digital yang serba cepat, industri hiburan, khususnya bioskop, terus beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang semakin dinamis. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah kemudahan akses dan pengalaman transaksi yang praktis. Kota Cinema Mall Jember, sebagai salah satu pusat hiburan di Jember, masih mengandalkan sistem pembelian tiket secara manual, yang dapat menimbulkan beberapa kendala bagi konsumen. Antrian panjang, kesulitan memilih kursi, dan keterbatasan waktu menjadi beberapa masalah yang dihadapi pengunjung. Di sisi lain, sistem pemesanan online telah menjadi standar baru di banyak bioskop lain, menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk memilih kursi, waktu pertunjukan, dan melakukan pembayaran secara digital, tanpa harus antri. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas di Kota Cinema Mall Jember, khususnya dalam konteks era digital saat ini, untuk memahami kebutuhan dan harapan pengunjung serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsumen

Pengertian Konsumen: Konsumen merupakan faktor penting di dalam perusahaan, karena dengan adanya konsumen maka perusahaan dapat menjual, memasarkan dan menawarkan produknya. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa pengertian konsumen (Pasal 1 angka 2) adalah “Setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Selain itu dijelaskan pula dalam UU ini, bahwa pengertian konsumen sesungguhnya dapat terbagi dalam tiga bagian yaitu:

1. Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang atau jasa untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan jasa untuk diproduksi (Produsen) menjadi barang atau jasa lain atau untuk memperdagangkannya (distributor) dengan tujuan komersial, konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha,
3. Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen merupakan setiap pemakai barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

B. Kualitas

Pengertian Kualitas: Kualitas merupakan suatu tolok ukur dalam menentukan produk atau jasa bagi para penggunanya. Karena kualitas merupakan gambaran langsung suatu produk atau jasa berdasarkan pada waktu, bahan baku, kinerja, keandalan dan karakteristik. Menurut American Society for quality Control dalam buku Heizer & Render (2015) mengatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan karakteristik sebuah produk atau jasa dalam memuaskan kebutuhan pelanggan secara tersirat. Pengertian kualitas menurut tiga pakar kualitas internasional yaitu Deming (1982) menyimpulkan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen. Crosby (1979) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan kebutuhan yang meliputi *availability*, *dlivery*, *reliability*, *maintainability*, dan *cost effectiveness*. Juran (1962) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap tujuan dan manfaatnya

C. Fasilitas

Pengertian Fasilitas: Menurut (Tjiptono F., 2014) “Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen”. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Menurut (Kotler P., 2016) “Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen”. Sedangkan menurut (Daradjat, 2014), “Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktivitas diperusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

D. Persepsi Konsumen

Pengertian Persepsi Konsumen: Persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. Sedangkan Kotler dan Armstrong (2006: 156) mengemukakan bahwa dalam keadaan yang sama, persepsi seseorang terhadap suatu produk dapat berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh adanya proses seleksi terhadap berbagai stimulus yang ada. Pada hakekatnya persepsi akan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki. Salah satu cara untuk mengetahui perilaku konsumen adalah dengan menganalisis persepsi konsumen terhadap produk. Dengan persepsi konsumen kita dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, kesempatan ataupun ancaman bagi produk kita

Proses Persepsi Konsumen: Berdasarkan persepsi ini maka dua orang atau lebih yang memperoleh stimuli yang sama, namun dapat mengambil keputusan yang lain, karena persepsinya berbeda. Perbedaan ini dikarenakan ada tiga macam proses penerimaan indera, yaitu:

1. Keterbukaan yang Selektif (*Selective Exposure*)

Merupakan proses dimana seorang konsumen mendapatkan suatu rangsangan yang terpusat dan mengabaikan rangsangan yang lain. Hal ini para pemasar harus bekerja keras dalam menarik perhatian konsumen. Pada dasarnya seseorang akan terlibat banyak sekali rangsangan harian. Sebagian besar rangsangan akan disaring, karena seseorang tidak mungkin bisa menanggapi rangsangan-rangsangan tersebut.

2. Distorsi Selektif (*Selective Distortion*)

Distorsi seleksi terjadi ketika konsumen mengubah informasi yang dirasa bertentangan dengan perasaan atau kepercayaan konsumen sendiri. Dalam hal ini konsumen mempunyai kecenderungan dalam mengolah informasi menjadi suatu pengertian pribadi konsumen. Distorsi selektif adalah kecenderungan seseorang untuk mengubah informasi dengan cara yang akan mendukung prakonsepsi mereka, bukannya yang menentang prakonsepsi tersebut. Bahkan rangsangan yang telah mendapatkan perhatian konsumen belum tentu berada di jalur yang diinginkan.

3. Ingatan Selektif (*Selective Retention*)

Ingatan selektif adalah suatu proses ketika seseorang konsumen hanya mengingat informasi yang mendukung perasaan dan kepercayaan pribadi konsumen. Konsumen akan menghilangkan semua informasi yang tidak konsisten yang pernah diterimanya.

E. Jasa

Pengertian Jasa: Pada umumnya jasa mempunyai karakteristik yang berbeda jika dibandingkan dengan produk. Agar dapat memahami perbedaan tersebut, maka akan dijelaskan dahulu pengertian tentang jasa. Menurut Lovelock, Patterson & Walker (2004) mengemukakan perspektif “Service” sebagai sebuah sistem. Dalam perspektif ini, setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama:

1. operasi jasa, dimana masukan diproses dan elemen-elemen produk jasa dan
2. penyampaian jasa dimana elemen-elemen produk jasa tersebut dirakit, disampaikan kepada pelanggan, sementara sebagian lainnya tidak tampak atau bahkan tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2012) mendefinisikan jasa sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu”. Definisi lainnya menurut Gronroos (2000) “Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan”. Dari definisi jasa diatas dapat disimpulkan bahwasannya jasa adalah segala aktivitas yang ditawarkan untuk melayani pelanggan yang bersifat tidak berwujud dan melalui proses input dan menghasilkan output.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam pengaruh persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas di Kota Cinema Mall Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 3 pengunjung yang dipilih secara purposive berdasarkan frekuensi kunjungan dan demografi. Selain itu, dilakukan observasi langsung di lokasi selama 2 hari

untuk mengamati kondisi fisik fasilitas dan perilaku pengunjung. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi manajemen Kota Cinema Mall Jember untuk meningkatkan kualitas fasilitas dan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas di Kota Cinema Mall Jember memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas mereka. Analisis data kualitatif dari wawancara mendalam dengan pengunjung setia mengungkapkan bahwa variasi tenant yang lengkap, kebersihan, dan kenyamanan menjadi faktor utama yang menarik pengunjung. Data kuantitatif dari survei menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan fasilitas seperti toilet yang bersih, tempat parkir yang luas, dan akses yang mudah menuju setiap tenant. Namun, analisis data juga menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan untuk meningkatkan fasilitas yang ramah anak, seperti area bermain atau taman bermain, untuk menarik minat keluarga dan meningkatkan daya tarik mall. Jawaban terhadap pertanyaan penelitian menunjukkan bahwa persepsi positif konsumen terhadap kualitas fasilitas di Kota Cinema Mall Jember berkontribusi pada citra positif mall dan mendorong pengunjung untuk kembali berkunjung. Temuan selama penelitian menunjukkan bahwa pengelola Kota Cinema Mall Jember perlu memperhatikan persepsi konsumen dan terus berupaya meningkatkan kualitas fasilitas untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pengunjung.

1. Tabel Wawancara

Responden I	"Wawancara dengan pengunjung setia Kota Cinema Mall Jember menunjukkan bahwa fasilitas menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan tempat menonton film. Responden menghargai kebersihan, kenyamanan kursi, kualitas suara dan gambar, serta kemudahan akses ke tempat parkir. Mereka umumnya merasa fasilitas di mal ini sesuai dengan ekspektasi, namun ada beberapa hal yang bisa ditingkatkan, seperti [mencantumkan kekurangan fasilitas yang paling sering disebutkan]. Ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas di Kota Cinema Mall Jember sudah baik, masih ada ruang untuk perbaikan agar dapat memberikan pengalaman menonton yang lebih optimal bagi pengunjung."
Responden II	"Harga tiket dan makanan juga menjadi pertimbangan penting bagi pengunjung. Responden umumnya merasa harga tiket dan makanan di Kota Cinema Mall Jember sebanding dengan kualitas fasilitas yang ditawarkan. Namun, beberapa responden juga menyinggung [mencantumkan pendapat tentang harga yang terlalu mahal atau terlalu murah]. Hal ini menunjukkan bahwa

	persepsi tentang harga dan kualitas fasilitas bisa berbeda-beda antar pengunjung."
Responden III	"Dalam hal daya saing, sebagian besar responden merasa Kota Cinema Mall Jember mampu bersaing dengan bioskop lain di Jember. Mereka menilai bahwa fasilitas yang ditawarkan di Kota Cinema Mall Jember lebih lengkap dan modern dibandingkan dengan bioskop lain. Namun, beberapa responden juga menyinggung [mencantumkan kekurangan yang membuat Kota Cinema Mall Jember kurang kompetitif]. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Kota Cinema Mall Jember memiliki keunggulan, tetap penting untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas fasilitas agar tetap unggul di pasar."

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas di Kota Cinema Mall Jember memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan dan loyalitas mereka. Variasi tenant yang lengkap, kebersihan, dan kenyamanan menjadi faktor kunci yang menarik pengunjung. Fasilitas pendukung seperti toilet yang bersih, tempat parkir yang luas, dan akses yang mudah menuju setiap tenant juga mendapat nilai positif. Namun, penelitian ini juga mengungkap bahwa penambahan fasilitas ramah anak, seperti area bermain, dapat meningkatkan daya tarik bagi keluarga dan memperkuat citra positif mall. Kesimpulannya, pengelola Kota Cinema Mall Jember perlu terus memperhatikan persepsi konsumen dan berupaya meningkatkan kualitas fasilitas untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pengunjung, serta memperkuat posisi mall sebagai destinasi pilihan di Jember.

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Kota Cinema Mall Jember dapat mempertimbangkan beberapa saran untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan pengunjung, seperti menambahkan area bermain khusus anak-anak untuk meningkatkan daya tarik bagi keluarga, menjaga kebersihan dan kenyamanan secara konsisten, mempertahankan variasi tenant yang lengkap dan menarik, serta memastikan akses yang mudah dan nyaman menuju setiap tenant, termasuk bagi pengunjung dengan disabilitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada teman kelompok saya yaitu Ahmad Fauzan, Fitriani, Muhlis yang telah memberikan dukungan dan waktu kerja samanya yang sangat berharga selama proses penelitian. Terima kasih juga kepada 3 responden dalam wawancara atas bantuan dan informasi yang diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik dalam bidang membuat jurnal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani Kusuma (2024). The Role Of Leadership Style And Work Discipline On employee Performance - Study At City Cinema Mall Pamekasan Regency, Indonesia, *International Journal of Accounting, Finance and Management*, 2567-3562
- Auli Yuriansyah (2013). *Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan, Vol 2 No 1 (2013): Management Analysis Journal*
- Eris Dwiyanti (2018). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian, Vol 8, No 2 (2018) Dwiyanti*
- Fandy Tjiptono, Gregorius chandra, (2012). *Pemasaran strategic Edisi ke2*, (Yogyakarta: Andi, 2012),
- Rizal Kusuma (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan, Vol.4 No 12 (2015) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*
- S, Novananda Putri H. (2021) *Dampak Pendirian Kota Cinema Mall (Kcm) Terhadap Perekonomian Pelaku Usaha Di Sekitar Kota Cinema Mall (KCM) Belitung Darat Kota Banjarmasin.*