

PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN BIOSKOP MENGGUNAKAN *COMPETITIVE ZONE OF TOLERANCE BASED IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (Studi Kasus Pada Bioskop X dan Bioskop Y Kota Semarang)

Monalisa Putri Barus , Heru Prastawa*), Manik Mahachandra*)

Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

Abstrak

Perkembangan industri film di Indonesia yang sangat pesat menyebabkan banyaknya muncul jenis bioskop. Bioskop X sebagai salah satu bioskop yang baru muncul di industri film yang memiliki pesaing Bioskop Y yang telah menguasai pangsa pasar industri film. Agar kedua perusahaan tersebut dapat mengetahui kedudukan bersaingnya, maka dilakukan benchmarking antar keduanya dengan menggunakan metode CZIPA (*Competitive Zone of Tolerance based Importance-Performance Analysis*). Penggunaan metode CZIPA dilakukan untuk menentukan prioritas masing-masing bioskop dalam melakukan perbaikan. Dimensi yang digunakan adalah dimensi tangible, responsiveness, empathy, assurance, reliability, availability, price dan promosi. Tujuan yang ingin dicapai adalah mengetahui indikator kualitas layanan yang lebih unggul yang dimiliki oleh bioskop X dan bioskop Y serta membuat prioritas layanan yang akan ditingkatkan pada kedua bioskop. Data yang dikumpulkan melalui kuisioner terhadap 121 responden. Penelitian ini menemukan masalah utama yang dihadapi bioskop X adalah promosi yang tidak menjangkau semua media dan tidak tersedianya aplikasi pembelian tiket secara online. Pada bioskop Y, masalah utamanya adalah promosi yang diberikan bioskop tidak dapat mempertahankan jumlah pengunjung.

Kata Kunci : *Benchmarking, Bioskop, CZIPA*

Abstract

[Comparison Of The Quality Of Cinema Services Using Competitive Zones of Tolerance Based Importance Performance Analysis] In Indonesia, film industry is growing rapidly cause many kind of cinema came up. Cinema X is one of newbie cinema in film industry that has a competitor, Cinema Y which dominate the market in film industry. In order to know about each other company competing position, this research figure out about benchmarking between both of company using CZIPA (Competitive Zone of Tolerance based Importance-Performance Analysis). CZIPA method is used to determine the priority of every improvement that each cinema need. The dimension that used in this research are tangible, responsiveness, empathy, assurance, reliability, availability, price and promotion. The purpose of this reseach is knowing the best of service quality indicator which Cinema X and Cinema Y have and make the service priority that both of this cinema can improve. Data is collected from 121 participants. This research show that the main problem in Cinema X is promotion doesn't reach any kind of media and Cinema X doesn't available ticket booking in online application. In Cinema Y, the main problem is promotion that Cinema Y has offered can't keep the number of customer.

Keywords : *Benchmarking, Cinema, CZIPA*

1. Pendahuluan

Industri hiburan merupakan salah satu industri yang paling di minati dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana hiburan yang dapat menyenangkan secara fisik, mental maupun emosional. Salah satu bagian dalam industri hiburan adalah industri perfilman. Industri film di Indonesia sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dapat dilihat dari peningkatan jumlah tenaga kerja, jumlah penonton dan pendapatan penjualan film di Indonesia. Bioskop merupakan sebagai tempat untuk menonton pertunjukkan film dengan menggunakan

layar lebar, dimana gambar dari film diproyeksikan ke layar dengan menggunakan Bioskop adalah salah satu hiburan yang diminati masyarakat. Berdasarkan data dari Filmindonesia.or.id pada 2017 terdapat 263 bioskop dengan 1412 layar. Angka ini melonjak tajam bila dibandingkan dengan data enam tahun lalu yang berjumlah 145 bioskop dengan 609 layar. Artinya terjadi peningkatan sekitar 132% sejak enam tahun lalu. Berkembangnya dunia perfilman dan minat penonton film di Indonesia ini menyebabkan banyaknya bioskop yang berdiri di Indonesia yang akan menimbulkan persaingan. Bioskop X dan

*) Penulis Penanggungjawab

Bioskop Y merupakan jenis bioskop yang berada di kota Semarang. Bioskop X berusaha bersaing dengan Bioskop Y yang telah memimpin pangsa pasar sejak tahun 1987. Bioskop Y memiliki citra yang cukup baik dan telah menguasai masyarakat. Selain kualitas jasa yang baik kepopuleran suatu *brand* sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Ditinjau berdasarkan kepopuleran *brand* Bioskop X berada jauh dibawah Bioskop Y dikarenakan kurangnya publikasi dan promosi dari Bioskop X. Bioskop X perlu melakukan *benchmarking* untuk mengetahui strategi serta posisi bersaing antar perusahaan tersebut demi meningkatkan kualitas jasa yang akan diberikan dan minat menonton pelanggan. Hal ini dilakukan agar kedua bioskop mampu bersaing secara kompetitif.

Sebuah bioskop tidak hanya harus menawarkan sesuatu yang berbeda tetapi juga layanan yang dapat memuaskan konsumennya. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus merupakan misi utama bagi sebuah bioskop dimana kepuasan pelanggan menjadi sorotan utama bagi sebuah usaha jasa dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan dengan harga terjangkau didukung fasilitas juga menjadi modal utama sebuah bioskop untuk menarik minat konsumen (Sukwadi *et al.*, 2016). Oleh karena itu, untuk dapat bersaing dan meningkatkan bisnisnya, manajemen Bioskop X perlu melakukan peningkatan kualitas layanannya.

2. Bahan dan Metode

2.1 Kajian Literatur

1. Metode Importance Performance Analysis (IPA)

IPA pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa (Latu dan Everett, 2000). Hasil dari penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja akan diperoleh suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh penyedia jasa. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai dalam penanganan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Nilai rata-rata (*mean*) dari kinerja dan kepentingan digunakan sebagai koordinat untuk memplotkan masing-masing indikator pada matriks dua dimensi. (Lindell dan Brandt, 2000).

2. Competitive Zone of Tolerance based Importance Performance Analysis (CZIPA)

CZIPA adalah sebuah metode pengembangan dari IPA (*Importance Performance Analysis*) dalam penentuan prioritas peningkatan kualitas yang diperkenalkan oleh Chen (2014). Dalam metode CZIPA ini terdapat perpaduan antara konsep

benchmarking dengan *zone of tolerance* (zona toleransi) terhadap perusahaan pesaing. Dengan menggabungkan konsep tersebut, metode ini akan mengurangi kesalahan perhitungan, kesalahan peletakan matriks, dan mendefinisikan posisi pasar dengan lebih baik. Terdapat sedikit perbedaan dengan matriks IPA, yaitu sumbu horizontal merupakan nilai CZSQ (*competitive service quality ratio*) dan sumbu vertical merupakan nilai *difference in importance* (DI). Namun pengertian masing-masing kuadran dalam matriks CZIPA memiliki arti yang hampir sama dengan matriks IPA pada umumnya (Bakhtiar *et al.*, 2017).

Pembuatan matriks CZIPA yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Menghitung nilai *difference in importance* (DI) dan *difference in performance* (DP)

b. Menghitung nilai CSA (*Competitive Service Adequacy*)

$$CSA = FPS - CPS$$

c. Menghitung nilai CZOT (*Competitive Zone of Tolerance*)

$$CZOT = FDS - CPS$$

d. Menghitung CZSQ (*Competitive Service Quality Ratio*)

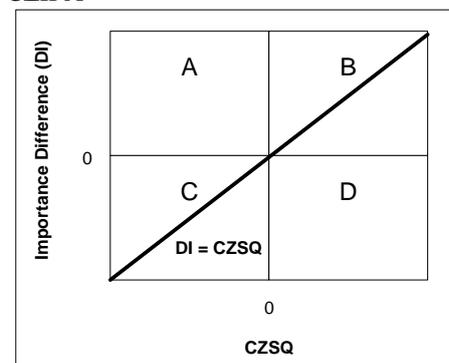
$$CZSQ = \frac{FPS - CPS}{FDS - CPS} = \frac{CSA}{CZOT}$$

e. Memasukkan nilai CZSQ dan DI untuk membuat matriks CZIPA

f. Menghitung nilai yang menentukan prioritas perbaikan (d)

$$d = CZSQ - DI$$

g. Melakukan analisis terhadap hasil matriks CZIPA



Gambar 1. Matriks Kuadran CZIPA

2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini dikatakan penelitian deskriptif kualitatif karena kegiatan penelitian lebih banyak melakukan wawancara, dan penyebaran kuisisioner untuk mendeskripsikan kondisi nyata perusahaan dan nantinya akan dianalisis secara kualitatif untuk mengetahui kenapa sesuatu hal atau fenomena terjadi dan mengetahui keterkaitan antar hal tersebut.

Langkah-langkah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan dan Studi Literatur

Studi lapangan yang dilakukan yaitu penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuisioner terhadap responden mengenai pilihan penyedia layanan bioskop diantara kedua penyedia bioskop tersebut. Studi literatur dilakukan agar peneliti dapat memahami dasar-dasar teori yang dapat mendukung penelitian.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Identifikasi masalah diperlukan untuk mengetahui dan memahami masalah perusahaan. Setelah ditemukan masalah pada perusahaan, maka masalah dirumuskan menjadi suatu rincian yang dikaji pada penelitian ini.

3. Menetapkan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian disusun agar peneliti focus untuk memecahkan masalah dan penelitian dapat dilakukan secara sistematis.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner secara *online* terhadap responden yang medeskripsikan sifat populasi secara *representatif*. Penyebaran kuisioner merupakan proses pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden dan responden memberikan tanggapan terhadap pertanyaan sesuai keadaan yang dirasakan.

5. Pengolahan Data

- Pengujian Kuisioner dengan uji validitas dan uji realibilitas
- Pembuatan matriks IPA
- Pembuatan Matriks CZIPA
- Analisis Push Pull Mooring Faktor
- Analisis dan rekomendasi perbaikan Kualitas bioskop Bioskop X dan Bioskop Y
- Kesimpulan dan Saran

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dengan kuisioner *online* terhadap 121 responden maka didapatkan karakteristik responden ialah wanita dengan jumlah 64 orang. Pekerjaan responden sebagian besar adalah mahasiswa (pelajar) dan pegawai swasta. Untuk aspek kenyamanan, kualitas dan keupasan dalam menonton, dilakukan riset mengenai bioskop yang menjadi tempat pilihan menonton yang menarik dan nyaman bagi para responden. Adapun penelitian ini melihat perbandingan kualitas antara Bioskop X dan Bioskop Y yang terdapat di kota Semarang.

Menurut Setiaji (2006), data yang *realibel* akan memiliki nilai α lebih besar dari 0,60 jika data dibawah 0,60 maka data tidak lolos uji reliabilitas. Untuk uji validitas, maka perhitungan r tabel akan membutuhkan nilai dari jumlah sampel dan nilai

alpha, sehingga diketahui r tabel yang dijadikan pembanding dengan r hitung. r tabel pada penelitian ini bernilai 0,1789. Pada penelitian ini pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan pada tiap-tiap kuisioner yaitu meliputi tingkat kepentingan terhadap Bioskop X, tingkat kepentingan terhadap Bioskop Y, tingkat kepuasan terhadap Bioskop X, tingkat kepuasan terhadap Bioskop Y, tingkat keinginan (*desired service*), serta *push pull mooring factor*. Pada Tabel 1 ditunjukkan hasil perhitungan validitas terhadap tingkat keinginan (*desired service*) terhadap suatu bioskop. Pada Tabel 2 ditunjukkan hasil perhitungan reabilitas pada tiap-tiap kuisioner. Pada tiap-tiap kuisioner diketahui bahwa seluruh indikator serta dimensi telah lolos uji validitas dan uji reliabilitas

Pada penelitian ini menghitung rata-rata jawaban dari 121 responden. Perhitungan dilakukan dengan mencari nilai *difference in importance* (DI), yaitu dengan mencari selisih nilai *importance* dari perusahaan dengan pesaing. Kemudian mencari nilai *difference in performance* (DP) yang memiliki nilai yang sama dengan nilai CSA (Backhtiar, 2016). Langkah selanjutnya membuat matriks CZIPA pada masing-masing bioskop. Untuk Bioskop X matriks CZIPA terdapat pada gambar 2. Adapun prioritas perbaikan dilakukan dengan cara menghitung nilai d dengan cara menyelisihkan nilai CZSQ dengan nilai DI. Setelah dilakukan perhitungan pada nilai CZSQ dan DI diketahui bahwa masing-masing indikator telah diplotkan terhadap empat kuadran matriks CZIPA.

Masing-masing kuadran dalam matriks memiliki arti yang berbeda-beda. Adapun matriks kuadran A (tingkatkan kinerja) terdiri dari indikator PR1, AV3, AV1, RL2, PR2, TA1, dan TA3. Kuadran B (pertahankan kinerja) terdiri dari AS2 dan AV2. Kuadran C (Prioritas rendah) terdiri dari RS2, PH2, EM2, RL1, PH3, RS1, PH1, dan AS1. Kuadran D (kinerja berlebihan) terdiri dari TA2, EM1, dan PR3.

Adapun cara perhitungan untuk menentukan prioritas perbaikan adalah memiliki nilai CZSQ negatif, berada pada kuadran A dan memiliki kinerja lebih buruk dari pesaing. Setelah menentukan kuadran, prioritas serta perhitungan CZSQ maka dapat diketahui permasalahan yang ditemukan pada Bioskop X adalah PR1 (Bioskop melakukan publisitas melalui berbagai media untuk promosi), AV3 (Ketersediaan pembelian tiket secara *online*), AV1 (ketersediaan bioskop di kota anda), RL2 (Kehandalan dan kecepatan karyawan dalam merespon masalah yang dihadapi penonton.), PR2 (Promosi yang dilakukan bioskop memiliki daya tarik yang tinggi untuk diskon yang diberikan), TA1 (Bioskop memiliki kursi yang modern dan interior yang menarik), dan TA3 (Fasilitas Bioskop seperti toilet, *waiting room*, dan studio Bersih).

Pada Bioskop Y masalah yang ditemukan adalah PR3 (Promosi yang diberikan bioskop dapat

Tabel 1. Uji Validitas Tingkat Keinginan

No Item	Indikator	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
TA1	Bioskop memiliki kursi yang modern dan interior yang menarik	0.630	Valid
TA2	Karyawan bioskop berpakaian rapih dan bersih	0.646	Valid
TA3	Fasilitas Bioskop (toilet, <i>waiting room</i> , dan studi) bersih	0.512	Valid
RL1	Kemampuan Karyawan memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan kepada penonton	0.708	Valid
RL2	Karyawan cepat dan handal dalam merespon masalah yang dihadapi penonton	0.677	Valid
RS1	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas akan produk dan layanan di bioskop	0.668	Valid
RS2	Pelanggan mudah mengadukan keluhan kepada karyawan	0.690	Valid
AS1	Keamanan pengunjung terjamin selama berada di bioskop	0.601	Valid
AS2	Karyawan jujur	0.495	Valid
EM1	Karyawan bersedia mendengarkan keluhan penonton	0.655	Valid
EM2	Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada penonton yang mengalami kendala bioskop	0.674	Valid
PH1	Harga tiket menonton di bioskop terjangkau	0.430	Valid
PH2	Harga makanan/minuman di bioskop terjangkau	0.494	Valid
PH3	Harga relatif tetap tidak terjadi kenaikan dalam jangka waktu lama	0.400	Valid
AV1	Bioskop tersedia di kota anda	0.603	Valid
AV2	Ketersediaan genre film sesuai keinginan	0.659	Valid
AV3	Pembelian tiket dapat secara <i>online</i>	0.577	Valid
PR1	Bioskop melakukan publisitas melalui berbagai media untuk promosi	0.712	Valid
PR2	Promosi yang dilakukan bioskop memiliki daya tarik yang tinggi	0.627	Valid
PR3	Promosi yang diberikan bioskop dapat mempertahankan jumlah pengunjung	0.697	Valid

Tabel 2. Uji Reliabilitas

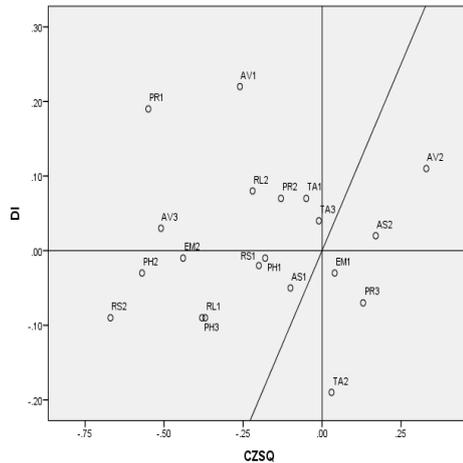
Kriteria	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepentingan Bioskop X	0.931	Reliable
Kepentingan Bioskop Y	0.952	Reliable
Keinginan Bioskop	0.909	Reliable
Kepuasan Bioskop X	0.883	Reliable
Kepuasan Bioskop Y	0.838	Reliable
Push Pull Mooring faktor	0.870	Reliable

mempertahankan jumlah pengunjung), EM2 (Karyawan bersedia mendengarkan keluhan penonton), dan TA2 (Karyawan bioskop berpakaian rapih dan bersih). Matriks CZIPA Bioskop Y ditunjukkan pada Gambar 3.

Pada penelitian ini selain melihat perbandingan kualitas pada Bioskop X dan Bioskop Y juga melihat faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan berpindah dari satu bioskop ke bioskop lainnya. Faktor pendorong yang terdiri dari persepsi tentang kualitas, kepuasan, nilai, kepercayaan, komitmen dan persepsi harga pada layanan bioskop, ternyata memiliki pengaruh positif dan negatif terhadap perpindahan pelanggan. Dari hasil penelitian dapat dilihat hasil data yang diperoleh dari 121 responden

menunjukkan perbandingan nilai antara Bioskop X dan Bioskop Y dan dari hasil tersebut ternyata sebagian besar pelanggan memiliki persepsi positif paling besar terhadap layanan Bioskop Y sehingga pelanggan tidak merasakan adanya faktor pendorong untuk berpindah ke layanan Bioskop X.

Hal ini dikarenakan pada Bioskop Y pelayanan dan kualitasnya lebih memuaskan konsumen, lebih praktis dalam pembelian tiket yang dapat dilakukan melalui aplikasi MTIX, ketersediaan Bioskop Y yang cukup banyak di Semarang, dan citra merek yang sudah menguasai pangsa pasar industri bioskop Indonesia. Kemudian, karena dari dulu hingga sekarang pelanggan sudah terbiasa dan nyaman menonton Bioskop Y.



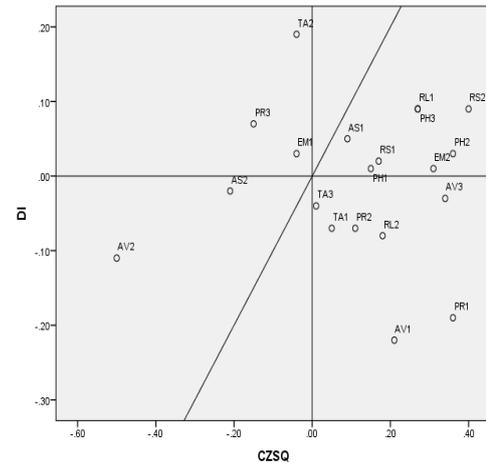
Gambar 2 Matriks CZIPA Bioskop X

Penelitian ini memberikan usulan perbaikan terhadap masing-masing bioskop. Untuk Bioskop X terdapat tujuh masalah yang ditemukan. Permasalahan utama yang harus diperbaiki adalah publisitas yang dilakukan Bioskop X kurang menjangkau berbagai media untuk promosi. Maka dari itu, saya merekomendasikan perbaikan pada Bioskop X berupa: meningkatkan publisitas melalui *online advertising* contohnya iklan di media sosial instagram, iklan di youtube, dan memasukkan iklan di *website*, meningkatkan publisitas melalui radio dan televisi, dan meningkatkan publisitas melalui *print advertising* contohnya membuat iklan di koran dan majalah.

Permasalahan kedua yang harus diperbaiki adalah ketidaktersediaan pembelian tiket secara *online*. Pada kondisi nyata, Bioskop X telah memiliki *website* untuk pembelian tiket secara *online* untuk pelanggan namun pelanggan kurang mengenal cara membeli tiket secara *online* tersebut. Maka dari hal tersebut, saya merekomendasikan untuk Bioskop X melakukan kerja sama dengan perusahaan IT untuk mengembangkan *website* agar lebih menarik, membuat aplikasi khusus untuk memesan tiket secara *online* di Bioskop X seperti yang dilakukan Bioskop Y dan meningkatkan publisitas pembelian tiket secara *online*.

Permasalahan ketiga Bioskop X di kota Semarang. Terbukti dengan jumlah bioskop yang terdapat di kota Semarang yang dikuasai oleh Bioskop Y dan hanya terdapat satu Bioskop X di Semarang. Maka dari itu saya merekomendasikan kepada pihak Bioskop X untuk memperbanyak jaringan bioskop di kota Semarang.

Permasalahan keempat yang harus diperbaiki adalah kehandalan dan kecepatan karyawan dalam merespon masalah yang dihadapi penonton masih kurang memuaskan pelanggan. Beberapa pelanggan merasa karyawan masih lambat dalam merespon pelanggan dan lambat dalam melakukan pekerjaannya. Rekomendasi yang saya berikan adalah meningkatkan kompetensi karyawan dalam melayani Permasalahan yang kelima adalah promosi yang



Gambar 3 Matriks CZIPA Bioskop Y

dilakukan bioskop tidak memiliki daya tarik yang tinggi.

Maka dari itu, saya merekomendasikan perbaikan pada Bioskop X berupa: memberikan diskon atau *voucher* potongan harga setiap pembelian tiket, meningkatkan promosi dengan mengeluarkan kartu loyalitas pelanggan atau kartu membership dengan adanya diskon khusus pada setiap pelanggan yang memiliki kartu membership yang menyebabkan pelanggan akan setia dan mengulangi pembelian di Bioskop X, dan membuat promosi yang dimana promosi tersebut bekerja sama dengan perusahaan lain, contohnya apabila pelanggan membeli produk dari perusahaan A maka mendapatkan *voucher* potongan harga untuk menonton di Bioskop X.

Permasalahan keenam adalah bioskop memiliki kursi yang kurang modern dan kurang nyaman. Berdasarkan keluhan responden, responden merasa bahwa kursi di Bioskop X terlalu sempit sehingga membuat pelanggan kurang nyaman saat menonton. Maka rekomendasi perbaikan yang dapat saya berikan adalah memperlebar kursi dan jarak antara satu penonton dengan yang lainnya. Permasalahan ketujuh adalah fasilitas bioskop (toilet, *waiting room*, dan studio) kurang bersih. Berdasarkan hasil kuisioner responden menyebutkan ruangan toilet berbau asap rokok. Maka dari itu rekomendasi yang dapat saya berikan bagi Bioskop X adalah membuat peringat dilarang merokok didalam toilet, karyawan ataupun satpam bertugas untuk menegur pelanggan yang tidak menjaga kebersihan dalam bioskop, meningkatkan kebersihan dalam toilet dimana *cleaning servis* harus melakukan pengawasan kebersihan diruang tunggu dan toilet dan dengan sigap membersihkan apabila ada sampah.

Untuk Bioskop Y Permasalahan yang utama adalah promosi yang diberikan bioskop tidak dapat mempertahankan jumlah pengunjung. Maka dari itu rekomendasi yang saya berikan adalah memberikan diskon atau *voucher* potongan harga setiap pembelian tiket dan membuat promosi yang dimana promosi tersebut bekerja sama dengan perusahaan lain, contohnya apabila pelanggan membeli produk dari

perusahaan A maka mendapatkan voucher potongan harga untuk menonton di Bioskop Y. Permasalahan yang kedua adalah karyawan kurang bersedia mendengarkan keluhan penonton. Maka dari itu rekomendasi yang dapat saya berikan adalah perusahaan memotivasi karyawan dalam melayani pelanggan untuk memprioritaskan kepuasan pelanggan dengan mendengarkan keluhan pelanggan dan cepat tanggap menangani keluhan tersebut, memberi penghargaan ataupun *reward* kepada karyawan terbaik dalam melayani pelanggan. Permasalahan ketiga adalah karyawan bioskop kurang berpakaian rapih dan bersih. Karyawan/*waiter/waitress*/ server adalah orang yang bertugas atau bekerja dibidang penyajian pelayanan seperti pembelian tiket, penjualan makanan dan sebagainya kepada pelanggan bioskop. Seorang karyawan harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Maka dari itu rekomendasi yang saya berikan dapat dilakukan dengan cara seperti kebersihan badan, kesehatan dan kesegaran kulit, rambut yang rapi dan bersih, kumis atau jenggot pada pelayanan laki-laki harus rapi, mulut dan gigi harus bersih dan segar dan pakaian seragam harus dan hanya dipakai saat bekerja dan harus senantiasa dirawat dengan baik agar tetap rapi dan bersih.

Perlu untuk dilakukan penelitian lanjutan untuk melihat perubahan pada indikator dan dapat pula dilakukan *benchmarking* dengan perusahaan lain yang sejenis. Selain itu, penelitian ini merupakan penelitian dengan semua jenis usia, untuk penelitian lanjutan dapat dilakukan penggolongan beberapa jenis usia untuk pengolahan data.

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil adalah dari 20 indikator perbandingan kualitas yang diteliti, performansi yang diberikan Bioskop X memiliki 5 indikator yang unggul dan Bioskop Y unggul di 15 indikator lainnya. Dengan metode CZIPA, prioritas perbaikan merupakan indikator yang berada pada kuadran A, memiliki nilai CZSQ negatif, dan memiliki nilai *d* atau *gap* terkecil. Pada Bioskop X terdapat tujuh indikator yang menjadi prioritas perbaikan sedangkan Bioskop Y hanya memiliki 3 indikator yang menjadi prioritas perbaikan. Faktor yang paling mempengaruhi pelanggan untuk melakukan perpindahan berdasarkan *push pull mooring factor* dan perbandingan kualitas yaitu kualitas dan promosi dari bioskop. Bioskop yang memiliki kualitas dan tingkat promosi terendah yaitu Bioskop X. Metode CZIPA yang digunakan dalam penelitian ini adalah dapat mengetahui keunggulan perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga perusahaan dapat menentukan strategi peningkatan penjualannya dengan memperhatikan aspek-aspek yang dibutuhkan serta diinginkan oleh konsumen. Selain itu, prioritas peningkatan pelayanan juga dapat diberikan oleh perhitungan matriks tersebut. *Push pull mooring factor* digunakan untuk melihat faktor penarik, pendorong

dan penghambat pelanggan untuk melakukan perpindahan dari suatu merek ke merek lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhtiar, A., Silviadara, M. A., & Susanty, A. (2017). Perbandingan Kualitas Layanan Ritel Swalayan Menggunakan Competitive Zone of Tolerance Based dan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol.16, No.1, pp. 65.
- Chen, K.-Y., (2014). Improving importance-performance analysis: The role of the zone of tolerance and competitor performance. The case of Taiwan's hot spring hotels. *Tourism Management*, pp. 260-72.
- Film Indonesia,. (2017). *Jumlah Bioskop Di Indonesia*. Diakses pada website <https://www.filmindonesia.or.id/thread/Perkembangan-film-indonesia-10-tahun-terakhir-berdasarkan-jumlah-penonton/>. Pada tanggal 16 Juli 2018
- Latu, T.M. dan Everett, A.M., (2000), *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*, Departement of Conservation, Wellington, New Zealand.
- Lindell, M., & J. Brandt, C. (2000). Climate Quality and Climate Consensus as Mediators of the Relationship Between Organizational Antecedents and Outcomes. *The Journal of applied psychology*, Vol. 85, No. 3.
- Setiaji, B., (2006). *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Sukwadi, R., & Gammadita, M. C., (2016). Analisis Retensi Pengunjung Bioskop di Jakarta Menggunakan Regresi Logistik Multinomial, *Jurnal teknologi*, Vol 9, pp.9-97.