

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG
(STUDI KASUS PADA E-CINEMA ENTERTAINMENT PLAZA SEMARANG)**

Oleh: Brian Ramaputra

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia
Email: brianramap@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Oleh: Drs. Agus Hermani DS, MM

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

ABSTRACT

E-Plaza Cinema Semarang, as a cinema services company, can be found a low amount of repurchase intention, which causing the capacity of the cinema is often not fulfilled and also causing the ticket sales per year target is not achieved. It is presumably caused by the inadequate quality of its products (film) and its poorly-rated service.

This study is tailored to reveal how the quality of its products (film) and service can influence consumers repurchase intention towards E-Plaza Cinema Semarang. Explanatory Research is the research type that is used in this study. The verdict of this study conveys that both of the product quality and service quality variables have positive, solid, and notable influences regarding to consumers repurchase intention. Purposive Sampling is chosen to be used in 100 respondents. This study used questionnaire instrument in Likert Scale to collect data. The data analysis methods that are used in this study are Validity and Reliability Test, Correlation Coefficient (R), Regression Test, Coefficient of Determination (R²), T Test, and F Test.

Two variables, which have been assessed concurrently and progressively, reveal that the product quality variable and the service quality variable simultaneously have a significant, positive and solid correlation toward the consumers repurchase intention variable. Therefore, if product quality and service quality are increased then it will also increase consumers repurchase intention, and if product quality and service quality are decreased then the consumers repurchase intention will also decreased and it can be found that service quality has bigger effect than product (film) quality towards consumers repurchase intention.

Suggestions that can be given to increase the consumers repurchase intention is to improve product quality and service quality of E-Plaza Semarang which is considered important for the consumers but has a low attention from E-Plaza such as actors/actress popularity, attitudes and abilities of employees, movie image quality, the duration of movie, movie show times, and the safety inside E-Plaza.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumers Repurchase Intention

¹Brian Ramaputra, Universitas Diponegoro, brianramap@gmail.com

²Agus Hermani, Universitas Diponegoro

Latar Belakang Permasalahan

Setiap perusahaan pada umumnya menginginkan keberhasilan dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen agar perusahaan dapat terus bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Jumlah pelanggan yang terbatas dan semakin banyaknya perusahaan jasa bioskop sekarang ini maka semakin banyak pula alternatif yang dimiliki oleh konsumen, sehingga perusahaan harus selalu berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan dan mempertahankan pelanggan mereka agar pelanggan memiliki niat untuk melakukan pembelian kembali terhadap produk yang dijual oleh perusahaan tersebut sehingga perusahaan dapat terus berkembang sesuai visi dan misi para pendirinya.

Dalam persaingan bioskop yang semakin marak dewasa ini khususnya di kota Semarang, setiap pelaku bisnis termasuk pelaku bisnis penayangan film (bioskop) harus dapat mempertahankan kelangsungan dari bisnis bioskop yang dijalankannya. Agar dapat bertahan dan sukses dalam bisnis makanan, suatu perusahaan harus dapat mempertimbangkan apa yang membuat konsumen menjadi tertarik untuk menonton di bioskop tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan minat beli ulang, seperti kualitas produk (film) dan kualitas pelayanan.

Bioskop E-Plaza Semarang adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang bioskop, berusaha untuk menawarkan sesuatu agar pengunjung yang telah datang akan datang kembali dan pengunjung yang belum pernah datang akan tertarik untuk berkunjung. Bioskop E-Plaza Semarang mengusung konsep *one stop entertainment* sehingga memiliki layanan lainnya seperti karaoke, restaurant dan juga *night club*.

Bioskop E-Plaza Semarang memiliki harapan yaitu minat beli ulang yang tinggi. Minat beli ulang yang tinggi akan menjadikan tiket bioskop cepat terjual dan menjadikan kapasitas studio selalu penuh. Dengan adanya minat beli ulang yang tinggi tentu saja akan dapat meningkatkan volume penjualan dan tercapainya target penjualan, sehingga keuntungan perusahaan ikut meningkat dan bisnis kedepan akan lancar. Namun pada kenyataannya, minat beli ulang E-Plaza Semarang rendah, dikarenakan jumlah penjualan pada setiap tahunnya yang fluktuatif dan tidak bisa mencapai target penjualan yang sudah ditentukan. Dengan demikian jelas dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam upaya menciptakan minat beli ulang yang tinggi masih terkendala kualitas produk yang kurang baik. Masih terdapatnya sejumlah keluhan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas film yang ditayangkan E-Plaza Semarang, seperti genre film yang monoton, film Indonesia jarang ditayangkan, dan juga aktor/aktris yang bermain tidak populer. Jika film yang ditayangkan tidak menarik untuk ditonton konsumen, maka konsumen pun akan mencari alternatif bioskop pesaing untuk menonton film keinginannya. Apabila hal ini terjadi, maka minat beli ulang konsumen menjadi rendah.

Kualitas pelayanan yang kurang baik juga menjadi kendala dalam upaya menciptakan minat beli ulang yang tinggi. Masih terdapatnya sejumlah keluhan

¹Brian Ramaputra, Universitas Diponegoro, brianramap@gmail.com

²Agus Hermani, Universitas Diponegoro

pelanggan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan E-Plaza Semarang, seperti kualitas studio yang kurang nyaman, pegawai yang kurang ramah dan kurang senyum kepada pelanggan, serta *sound system* yang tidak baik, dan keamanan lingkungan E-Plaza yang dirasa kurang aman. Jika kualitas pelayanan yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataannya maka pelanggan tersebut tidak akan kembali menggunakan jasa yang ditawarkan bioskop E-Plaza Semarang. Apabila hal ini terjadi, maka minat beli ulang menjadi rendah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut: (1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang? (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang? (3) Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

Kerangka Teori

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono:2007). Menurut Parasuraman, et al dalam Tjiptono (2008:95), terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik) yaitu bukti fisik dalam hal ini berkenaan dengan penampilan fasilitas fisik layanan, peralatan atau perlengkapan, dan sumber daya manusia. *Reliability* (Keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka dengan segera. *Assurance* (Jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan konsumen (*confidence*). *Emphaty* (Empati) yaitu perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah sebuah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang ditentukan dan bersifat laten (Armstrong:2001). Kualitas produk ialah hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa khususnya bioskop. Bila kualitas produk (film) buruk mengakibatkan konsumen tidak tertarik untuk menonton. Faktor – faktor yang digunakan sebagai atribut dan level atribut penelitian ini dibangun

¹Brian Ramaputra, Universitas Diponegoro, brianramap@gmail.com

²Agus Hermani, Universitas Diponegoro

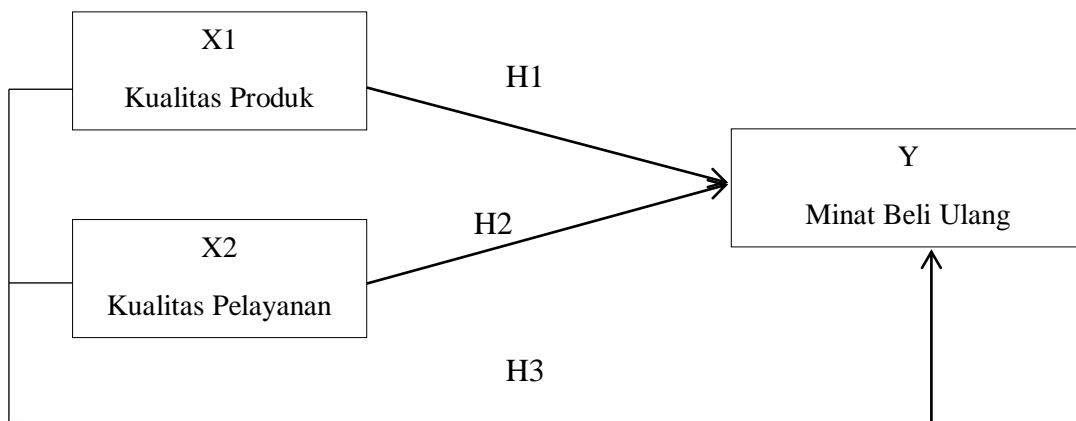
berdasarkan model penelitian Gazley et al. (2001). Tema cerita film (*genre*), aktor (*actor*), sutradara (*director*) dan jalan cerita adalah beberapa faktor yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi alternative film yang akan ditonton di bioskop (Gazley et al., 2011)

Minat Beli Ulang

Minat beli ulang adalah dorongan rangsangan internal yang secara kuat memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh perasaan positif akan produk (Kotler, 2000:224). Menurut Ferdinand (2006:129) memperlihatkan bahwa minat beli ulang dapat diukur dari empat indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2010: 93). Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric. Hipotesis dalam penelitian ini adalah: (1) Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli ulang (2) Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. (3) Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* yaitu penelitian yang bermaksud menyoreti hubungan variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2006:10). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen bioskop E-plaza Semarang yang pada waktu penelitian tidak diketahui jumlah/tidak teridentifikasi jumlahnya, sehingga dalam pengambilan sampel mengacu

¹Brian Ramaputra, Universitas Diponegoro, brianramap@gmail.com

²Agus Hermani, Universitas Diponegoro

pada teori Donald R. Cooper dan C. William Emory dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Bisnis (1996:211). Formula dasar menentukan ukuran sampel pada pengambilan sampel probabilitas mengasumsikan bahwa populasi adalah tak terbatas. Jadi, jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil dari populasi berjumlah 5.000 orang secara kasar mempunyai ketepatan estimasi yang sama dengan 100 sampel yang diambil dari 200 juta populasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan menggunakan pengambilan data secara penyebaran kuisioner kepada 100 konsumen Bioskop E-Plaza Semarang. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji determinasi, uji regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji signifikansi (uji t dan uji f) dengan bantuan aplikasi SPSS 16.0.

Hasil Penelitian

Dalam sebuah penelitian, untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliable, maka diperlukan instrument yang valid dan reliabel. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang seharusnya diukur. Reliabel berarti jika instrument tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Untuk itu diadakan uji validitas dan reliabilitas pada alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian. Hasil dari semua variabel (variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan variabel minat beli ulang) dengan hasil semua valid dan reliabel.

No	Uji Hipotesis	Hasil					Keterangan
		t hitung	F hitung	Korelasi	Determinasi	Analisis Regresi Linear	Hipotesis
1	Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang	6,542	-	0,551	30,4%	0,829	Ha diterima
2	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang	11,159	-	0,748	56%	0,291	Ha diterima
3	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang	-	61,948	0,749	56,1%	0,076 0,278	Ha diterima

Pembahasan

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan tentang hasil analisis yang telah dilakukan, seperti yang akan dijelaskan dibawah ini.

¹Brian Ramaputra, Universitas Diponegoro, brianramap@gmail.com

²Agus Hermani, Universitas Diponegoro

Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,829. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas produk (film) E-Plaza baik, maka minat beli ulang pun juga akan tinggi. Nilai koefisien determinasi dari variabel kualitas produk sebesar 30,4% dan hasil perhitungan nilai t hitung = 6,542 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel sebesar (1,9845), sehingga **hipotesis pertama** yang berbunyi “Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk (X_1) terhadap minat beli ulang (Y)” **diterima**.

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,291. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan minat beli ulang terhadap produk/ jasa tersebut. Nilai koefisien determinasi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 56%. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai t hitung sebesar 11,159 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel (1,9845), sehingga **hipotesis kedua** yang berbunyi “Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang” **diterima**.

Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang yang dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,076 dan 0,278 sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila perusahaan memberikan kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang baik, maka akan dapat menciptakan minat beli ulang yang tinggi. Nilai koefisien determinasi dari variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 56,1% dan hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 61,948 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai f tabel sebesar (3,09). Dari hal tersebut maka **hipotesis ketiga** yang berbunyi “Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang” **diterima**.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kualitas produk pada Bioskop E-Plaza Semarang mendapatkan hasil baik. Hal ini dibuktikan dengan hasil kategorisasi variabel kualitas produk adalah sebesar 48% dalam kategori baik, yaitu konsumen merasa genre film yang ditayangkan bervariasi, film yang ditayangkan memiliki aktor/aktris yang populer, film yang ditayangkan disutradarai oleh sutradara yang populer dan film yang ditayangkan memiliki jalan cerita film yang menarik.

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kualitas pelayanan pada bioskop E-Plaza Semarang mendapatkan kategori baik, hal ini berarti masih terdapat kekurangan dan kelebihan pada setiap indikator yang diteliti. Hal ini dibuktikan dengan hasil kategorisasi variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 41% pada kategori baik. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kualitas pelayanan yang diberikan bioskop E-Plaza Semarang adalah baik, seperti karyawan ramah dalam bersikap, karyawan tanggap dalam memberikan pelayanan, ruang studio dan bioskop nyaman, kualitas suara studio E-Plaza baik, kualitas gambar studio baik, pemilihan durasi penayangan film baik, pemilihan waktu penayangan film tepat, toilet tersedia dan bersih, tersedia ruang tunggu, informasi film tersedia dengan baik, sistem pemesanan tiket tidak langsung memudahkan, lingkungan E-Plaza aman, kondisi lingkungan parkir pun juga aman.

¹Brian Ramaputra, Universitas Diponegoro, brianramap@gmail.com

²Agus Hermani, Universitas Diponegoro

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel minat beli ulang pada bioskop E-Plaza Semarang, tergolong cukup tinggi. Hal ini didukung oleh hasil dari kategorisasi variabel minat beli ulang yaitu sebesar 37% dalam kategori cukup tinggi, karena menurut mereka keberadaan bioskop E-Plaza Semarang menyatakan jika konsumen bioskop E-Plaza Semarang memiliki minat transaksional yang cukup tinggi, keinginan yang cukup untuk merefensikan E-Plaza, cukup cenderung untuk menggunakan E-Plaza sebagai pilihan utama menonton bioskop, dan cukup berkeinginan untuk mencari informasi lebih tentang layanan lain E-Plaza

Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh cukup besar terhadap minat beli ulang. Oleh karena itu apabila perusahaan ingin meningkatkan minat beli ulang konsumen maka hal-hal yang perlu dilakukan terkait dengan kualitas produk yang paling utama sebaiknya perusahaan mempertimbangkan kepopuleran artis pada sebuah film dengan memperhatikan kepopuleran film yang dibintangi artis tersebut pada film sebelumnya. Selain itu juga perlu mempertimbangkan variasi genre film yang ditayangkan dengan catatan genre *Action* yang paling diminati oleh responden pada penelitian ini, mempertimbangkan kepopuleran sutradara dengan memperhatikan film – film yang telah disutradarai bagus atau tidak sebelumnya dan juga memilih film yang memiliki jalan cerita film menarik dengan memperhatikan animo penonton saat film belum ditayangkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli ulang. Oleh karena itu apabila perusahaan ingin meningkatkan minat beli ulang konsumen maka hal-hal yang perlu dilakukan yang paling utama sebaiknya perusahaan mempertimbangkan meningkatkan sikap dan kemampuan karyawan dengan berbagai pelatihan agar karyawan menjadi semakin ramah dan semakin mampu melayani konsumen, meningkatkan kualitas gambar E-Plaza dengan menghadirkan teknologi pemutar film yang lebih modern, memperbaiki pemilihan durasi penayangan film dengan memperhatikan tingkat antusiasme penonton sebelum mengganti film yang ditayangkan dengan film yang lain, memperbaiki pemilihan waktu penayangan film dengan memperhatikan waktu pulang sekolah/pulang kantor maupun waktu solat dan meningkatkan kondisi keamanan dalam lingkungan E-Plaza dengan menugaskan petugas keamanan untuk selalu bersiaga.

Selain itu juga perlu mempertimbangkan meningkatkan kenyamanan ruang studio dan bioskop dengan memperbarui sistem penerangan agar tidak terlalu redup dan memberikan pengharum ruangan agar ruangan tidak terlalu apek, meningkatkan kualitas suara studio dengan memperbarui *sound system* agar dapat bersaing dengan bioskop pesaing, meningkatkan ketersediaan & kebersihan toilet dengan menugaskan petugas kebersihan selalu agar kondisi toilet selalu bersih, meningkatkan ruang tunggu saat mengantri dengan memaksimalkan ruang kosong yang ada dengan menyediakan sofa/tempat duduk, meningkatkan penyediaan informasi film dengan selalu memperbarui jadwal film di website & sosial media, meningkatkan sistem pemesanan tiket tidak langsung dengan menghadirkan sistem *booking* online yang bisa digunakan

¹Brian Ramaputra, Universitas Diponegoro, brianramap@gmail.com

²Agus Hermani, Universitas Diponegoro

dengan internet dan *smartphone*, dan meningkatkan kondisi keamanan lingkungan parkir E-Plaza dengan menugaskan petugas keamanan yang selalu bersedia.

Daftar Pustaka

Cooper, Donald R. dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis Jilid I*. Jakarta: Erlangga

Gazley, A., Clark., & Sinha, A. 2011. *Understanding preferences for motion pictures*. Journal of Business Research, 64, 854-861.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas. Jakarta: Prehallindo

_____ dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran..* Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Widiana, Erma Muslichah. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati

¹Brian Ramaputra, Universitas Diponegoro, brianramap@gmail.com

²Agus Hermani, Universitas Diponegoro