

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era modernisasi seperti saat ini sudah semakin menuntut masyarakatnya untuk beradaptasi dengan segala macam bentuk teknologi. Banyak sekali pergeseran yang terjadi. Berawal secara tradisional kini bergeser menjadi modern. Dalam perekonomian sendiri perubahan tersebut dapat dilihat, salah satunya dari bentuk uang. Kini bentuk uang sudah bertransformasi kedalam bentuk uang elektronik yang sebelumnya berupa uang logam dan uang kertas, sekarang sudah mulai beredar uang elektronik yang biasa kita sebut dengan E-Money.

Uang elektronik disebarluaskan baik oleh perbankan maupun non perbankan. Tentunya dengan pengawasan dari bank sentral yaitu Bank Indonesia. Industri perbankan di Indonesia dan non perbankan kini juga sedang berlomba-lomba mengeluarkan produk uang elektroniknya, dengan berbagai macam keunggulan dari masing-masing demi memikat minat masyarakat terhadap produk mereka. Mulai dengan daya tarik promosi di beberapa tempat perbelanjaan, hingga tampilan kartu uang elektronik tersebut. Beberapa bank yang sudah mengeluarkan uang elektroniknya adalah bank bri dengan BRIzi, bank BCA dengan FLAZZ-nya, Telkomsel dengan T-Cash dan masih banyak lagi yang lainnya.

Salah satu layanan perusahaan untuk mempermudah transaksi dengan pelanggannya adalah dengan membuat layanan m – commerce dimana salah satu kegiatannya adalah mobile ticketing (M – Ticketing). Melalui mobile ticketing pelanggan dapat melakukan pemesanan hingga melakukan pembayaran tiket hanya melalui sebuah telepon selular / mobile phone. M – ticketing saat ini digunakan didalam berbagai kegiatan di bidang jasa misalnya penjualan tiket pesawat terbang, tiket kereta api, tiket konser, dan tiket bioskop.

Bioskop adalah satu tempat hiburan yang diminati dan berkembang di masyarakat . Bioskop merupakan salah satu tempat masyarakat kota untuk menghilangkan kepenatan setelah seharian penuh beraktifitas. Kini dimana – mana terdapat bioskop dan terkadang semuanya penuh dipadati pengunjung. Seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi yang semakin maju pengelola bioskop mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk melakukan berbagai kegiatan perusahaannya. Kegiatan ini dapat melalui komputer melalui jaringan internet kabelnya maupun menggunakan mobile phone melalui jaringan providernya yang memungkinkan membuka internet tanpa kabel.

Konsumen biasanya menghadapi sejumlah besar produk dan jasa yang mungkin dapat memuaskan kebutuhan tertentu. Konsumen membentuk ekspektasi tentang nilai dan kepuasan yang akan diberikan berbagai penawaran pasar dan membeli berdasarkan ekspektasinya.

Konsumen yang puas akan membeli lagi dan memberitahu orang lain tentang pengalaman baik mereka. Konsumen yang tidak puas sering berganti

ke pesaing dan menjelek-jelekan produk yang mereka beli kepada orang lain. Pemasar harus berhati-hati dalam menetapkan tingkat ekspektasi yang tepat. Jika mereka menetapkan ekspektasi terlalu rendah, mereka mungkin memuaskan pelanggan yang membeli produk itu tapi gagal menarik cukup banyak pembeli. Jika pemasar menaikkan ekspektasi terlalu tinggi, para pembeli akan kecewa. Nilai dan kepuasan pelanggan merupakan kunci untuk mengembangkan dan menata hubungan pelanggan untuk menjadikan pelanggan yang loyal.

Berdasarkan hal ini TIX ID berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik saat ini kepada para pelanggannya melalui penjualan tiket secara online yang dapat dibeli diaplikasi telepon seluler. Memilih melakukan penjualan tiket melalui telepon seluler bukan karena tanpa alasan. Seperti yang kita ketahui saat ini hampir sebagian besar masyarakat ibukota khususnya kota megapolitan seperti jakarta pasti memiliki telepon seluler bahkan seseorang bisa memiliki lebih dari satu telepon seluler.



Gambar I.1

Logo TIX ID

Sumber: google.com

TIX ID adalah aplikasi pembelian tiket bioskop terdepan di Indonesia. TIX ID berkerja sama dengan Cinema XXI, jadi TIX ID hanya menjual tiket bioskop Cinema XXI. Layanan pembelian tiket berbasis internet ini memiliki tujuan utama untuk memberikan pelayanan kenyamanan dan efisiensi kepada pelanggan ketika mereka ingin membeli tiket pertunjukan film. TIX ID merupakan layanan transaksi pembelian tiket jarak jauh (remote transaction) yang menawarkan pelanggan akan pembelian tiket bioskop tanpa harus mengantri dan dapat dilakukan dimana saja jika kebutuhan akan akses layanan tersebut terpenuhi.

Walaupun banyak manfaat yang diperoleh melalui penggunaan layanan TIX ID, masih terdapat banyak konsumen bioskop Cinema XXI yang belum menggunakannya. Hal ini terlihat dari masih adanya antrian konsumen karena ingin membeli tiket menonton bioskop di loket pembelian tiket secara langsung atau di tempat. Keadaan seperti ini menunjukkan bahwa adopsi dari mobile commerce and payment masih lebih lambat dari yang diharapkan. Studi masa lalu mengenai permasalahan ini menjelaskan bahwa faktor penyebabnya adalah kompleksitas dari transaksi, kurangnya rasa aman yang dirasakan konsumen, dan kurang mudahnya penggunaan mobile portal (Frolick dan Chen, 2014; Siau dan Shen, 2003).

TIX ID sebagai salah satu aplikasi pembelian tiket bioskop juga tidak luput dari permasalahan mempertahankan kepuasan pelanggan demi terciptanya loyalitas pelanggan yang dapat terus dipertahankan. Dimana persaingan yang terjadi di Indonesia khususnya aplikasi pembelian tiket dapat dikatakan kompetitif

dikarenakan aplikasi tersebut ada beberapa pesaing seperti GoTix, Traveloka, BookMyShow, dll. Hal ini tentu saja akan mendorong persaingan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggannya demi terciptanya loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti diperoleh informasi bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh loyalitas pelanggan jika persaingan itu terjadi diperkotaan karena pelanggan memiliki banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhannya dan tentunya memperhatikan kepuasan yang dimilikinya.

Berangkat dari permasalahan tersebut apakah kepuasan pelanggan akan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dimana hal ini akan menjadi sebuah ketertarikan tersendiri bagi peneliti melihat aplikasi TIX ID tersebut merupakan pembelian tiket bioskop online yang cukup terdepan di Indonesia, dimana pelanggan dalam hal ini akankah mempertimbangkan kepuasaannya untuk memilih loyal pada aplikasi TIX ID tidak sama sekali.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan teori yang telah dikemukakan maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi TIX ID”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penulisan Karya Ilmiah ini dapat dirumuskan adalah bagaimana Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi TIX ID.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi TIX ID.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan masukan kepada aplikasi TIX ID sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Bagi penulis

Diharapkan dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama studi di Perguruan Tinggi dengan kasus-kasus nyata di dunia pelayanan jasa, serta memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Fakultas

Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan di bidang ilmu pemasaran.

4. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam menambah pengetahuan, informasi dan referensi bagi Penulis lain yang menyusun Karya Ilmiah.