

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG BIOSKOP XYZ DI PURWOKERTO TERHADAP PELAYANAN DI MASA PPKM (Studi Kasus Salah Satu Bioskop di Purwokerto)

Muhammad Iqbal Tawakal¹, Famila Dwi Winati^{2*}, dan Isnaini Nurisusilawati³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
Jl. DI Panjaitan No. 128 Purwokerto Selatan, Banyumas, Jawa Tengah, 53147.
*email: familadw@ittelkom-pwt.ac.id

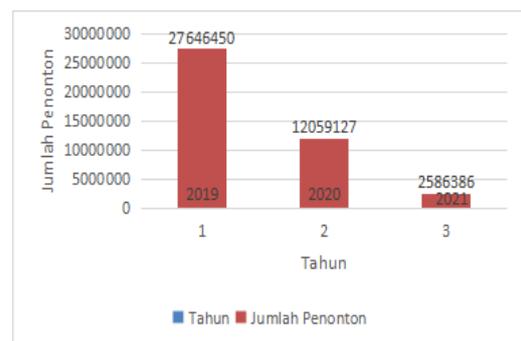
Abstract

Cinema is one of the entertainment industries for Indonesian people. Cinema attendance data for 2019-2021 is down significantly from 2019 to 2021. Level PPKM was issued to stop the spread of the virus as the high number of cases of COVID-19 caused the decline. The purpose of this study was to determine consumer or moviegoer satisfaction with service during the pandemic and to analyze the importance of service delivery at Cinema XYZ Purwokerto. The respondents of this research consist of 100 respondent. The methods used are CSI (Customer Satisfaction Index) and IPA (Importance Performance Analysis). As a result, we found that moviegoers have a satisfaction rating of 74.65%, which is in the "Satisfied" category. According to the analysis results of the IPA method, the average consumer interest level is 4.22 and the achievement level is 3.73. Metrics are in quadrant A or top priority and require immediate service improvement. For example, staff maintain good communication between visitors and staff during the pandemic when explaining the guarantees of safety and cleanliness in a cinema environment. Suggested remedies include sanitizing movie theaters regularly, spraying disinfectants to prevent exposure to viruses, and adding CCTV to every part of the theater environment to improve security. Always maintain communication between consumers and visitors to make them feel safe and comfortable with the plus of cleanliness and security in the cinema.

Keywords: COVID-19, CSI, IPA

Pendahuluan

Bioskop di Indonesia adalah salah satu bagian dari industri hiburan yang memiliki peminat cukup tinggi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah bioskop di Indonesia dan tersebar di berbagai wilayah. Aktivitas menonton di bioskop sangat lah berbeda dengan menonton televisi pada umumnya, perbedaan yang sangat dirasakan mulai dari layar yang begitu lebar, sound system yang keras, ruangan yang ber ac serta tempat duduk yang empuk dan nyaman. Salah satu bioskop yang ada di Purwokerto yaitu bioskop XYZ yang berdiri pada 24 juni 2016. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan banyak industri terpaksa ditutup, termasuk bioskop XYZ dan mulai dijalankan kembali pada April 2021. Kejadian ini tentunya berdampak signifikan terhadap pengelolaan bioskop XYZ dan menjadi tantangan sendiri untuk meningkatkan pelayanan pasca pandemi Covid-19 (Haryeni, 2017). Gambar 1. menunjukkan terjadinya penurunan jumlah pengunjung di bioskop pada tahun 2019-2021. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya upaya menyeluruh untuk meningkatkan minat pengunjung dan memastikan bahwa kepuasan mereka tercapai melalui pelayanan yang diberikan.



Gambar 1. Jumlah Pengunjung Bioskop Indonesia (2019-2021)

Gambar 1. menunjukkan bahwa terjadi pemerosotan jumlah pengunjung secara signifikan pada tahun 2019 hingga tahun 2021. Jumlah ini linear dengan penambahan kasus Covid-19 di Indonesia. Sehingga, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut mengenai kepuasan pengunjung terhadap layanan bioskop selama pandemi. Harapannya, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan para pengunjung bioskop bahwa mereka dapat menonton dalam keadaan aman dan nyaman (FilmIndonesia, 2020).

Kualitas layanan menjadi salah satu aspek penting dalam pengelolaan suatu usaha, baik manufaktur atau jasa (Fikri, dkk 2018). Hal ini dikarenakan kualitas layanan berkaitan erat dengan konsumen secara langsung. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas layanan, diperlukan kebijakan dan strategi baru yang dapat dimulai dari pengukuran kepuasan pelanggan terhadap layanan bioskop XYZ saat ini. Setelah mengetahui kondisi kepuasan pengunjung saat ini, pengelola bioskop XYZ dapat melakukan peningkatan kepuasan dengan menitikberatkan pada aspek-aspek penting, khususnya yang berhubungan dengan layanan pasca pandemi Covid-19.

Telah banyak penelitian dan metode yang diaplikasikan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan sebuah industri, seperti *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). CSI merupakan sebuah metrik untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Adapun dua aspek penting yang dipertimbangkan pada CSI adalah kepentingan dan kinerja atribut yang akan diukur. Sedangkan metode IPA digunakan untuk memetakan atribut-atribut yang diteliti ke dalam diagram kartesius yang terdiri dari empat kuadran, yaitu prioritas utama (I), Pertahanan Prestasi (II), Prioritas Rendah (III), berlebihan (IV). Oleh karena itu, metode ini cocok untuk menganalisis pelayanan yang diberikan berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan.

Metode IPA merupakan metode yang cukup sederhana dan fleksibel untuk diaplikasikan pada pelbagai bidang. Terlepas dari kelebihan CSI, metode ini sangat efektif karena tidak hanya menentukan indeks kepuasan, namun juga memberikan informasi tentang atribut atau variabel yang harus ditingkatkan. Kemudian hasil dari masing-masing metode dapat dianalisis dan dibandingkan agar mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi dan seberapa besar nilai yang dihasilkan dalam mengetahui tingkat kepuasan pengunjung bioskop XYZ di Purwokerto (Afandi, dkk 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan bioskop XYZ selama masa pandemi Covid-19. Adapun metode yang akan digunakan adalah IPA dan CSI. Implikasi dari penelitian ini adalah pemberian strategi atau kebijakan kepada pengelola bioskop XYZ dalam meningkatkan layanan selama masa pandemi Covid-19.

Landasan Teori

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan adalah pelayanan yang telah melampaui harapan konsumen atas produk atau jasa yang telah digunakan. Sedangkan, ketidakpuasan terjadi apabila keinginan konsumen tidak sesuai dengan hasil yang didapatkan (Pratiwi & Santoso, 2020).

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan ukuran yang tepat dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, dimana layanan tersebut telah sesuai dengan keinginan konsumen atau pelanggan. Kualitas ini dicapai dengan memenuhi kebutuhan konsumen karena dua alasan utama. Terdapat lima *gap* pada kualitas pelayanan, yaitu *Knowledge, Standar, Delivery, Communication, dan Service Gap* (Syarif & Widodo, 2020).

Variabel *Service Quality*

Variabel pada penelitian adalah semua hal dalam format yang ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi. Kualitas pelayanan digambarkan melalui dimensi *Service Quality (SERVQUAL)* yang kemudian digunakan untuk menilai kepuasan pengunjung. Adapun dimensi kualitas dari ServQual terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan dan kepastian) dan *empathy* (perhatian).

Populasi dan sampel

Populasi merupakan jumlah objek atau individu yang memiliki karakteristik sama. Sedangkan sampel terdiri dari unsur-unsur yang diambil dari populasi. Adapun sampel dapat terdiri dari orang, benda, atau sekelompok hal yang memenuhi syarat pertanyaan penelitian (Tysara, 2021). Jumlah sampel yang tepat untuk digunakan peneliti ditentukan berdasarkan tingkat *error* yang diperbolehkan. Makin rendah tingkat *error*, maka makin tinggi jumlah sampel yang harus diambil, dan sebaliknya (Uly, 2021).

Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan secara menyeluruh. CSI dapat mengidentifikasi tingkat kinerja dan kepentingan dari atribut dan indikator yang diukur. CSI sangat berguna untuk kepentingan internal perusahaan, dimana metode ini mampu menyediakan data yang jelas terkait kepuasan pengguna (Amri, dkk 2020).

Importance Performance Analysis (IPA)

IPA digunakan untuk menilai hubungan kinerja yang dirasakan serta persepsi konsumen terhadap suatu layanan. IPA membantu peneliti dalam mengidentifikasi faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Di sisi lain, IPA juga memberi gambaran mengenai faktor-faktor yang memiliki kinerja rendah, sehingga perlu dilakukan perbaikan (Layla, 2021).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini akan mengukur tingkat kepuasan pengunjung di salah satu bioskop Purwokerto selama masa pandemi. Penelitian ini dimulai dari proses identifikasi masalah, studi literatur, penentuan indikator pertanyaan *Service Quality* (SERVQUAL), pembuatan kuesioner, uji instrumen klasik yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, pengolahan dan analisis data dengan IPA dan CSI, pembahasan dan diskusi. Adapun Gambar 2. menunjukkan langkah-langkah penelitian ini secara umum.

Formula Lemeshow digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimum dari penelitian ini. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 orang. Formula Lemeshow memungkinkan peneliti untuk menghitung kebutuhan sampel minimal saat jumlah populasi tidak diketahui. Penentuan sampel menggunakan formula Lemeshow yang dapat dilihat pada persamaan (1) (Lemeshow et al., 1997).

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} p(1-p)}{d^2} \quad (1)$$

Keterangan:

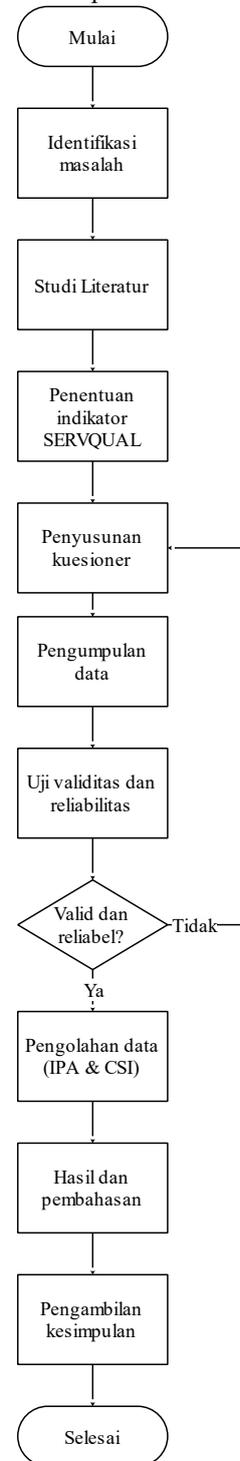
- n = Minimum jumlah sampel
- $z_{1-\alpha/2}$ = nilai pada $1-\alpha/2$ untuk tingkat kepercayaan yang digunakan
- p = Proporsi populasi
- d = Presisi yang digunakan

Setelah dilakukan pengumpulan data, dilakukan uji instrumen klasik yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji tersebut mengindikasikan bahwa indikator pertanyaan dalam penelitian ini telah valid dan reliabel. Sehingga, data pada penelitian ini dapat diolah lebih lanjut. Kepuasan konsumen diukur dengan formula CSI dengan mengikuti tahap-tahap yang diadaptasi dari penelitian Amri, dkk (2020), yaitu sebagai berikut.

1. Penentuan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dengan Persamaan (2).

$$MIS = \left[\frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \right] \quad (2)$$

Y_i : tingkat kepentingan atribut Y yang ke i
 n : jumlah responden



Gambar 2. Langkah penelitian

2. Penentuan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dengan Persamaan (3).

$$MIS = \left[\frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \right] \quad (3)$$

Y_i : nilai kepentingan atribut Y yang ke i
 n : jumlah responden

3. Penentuan *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan Persamaan (4).

$$MSS = \left[\frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \right] \quad (4)$$

X_i : nilai kepuasan atribut X yang ke i

4. Perhitungan *Weight Factor* (WF) dengan Persamaan (5).

$$WF = \left[\frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \right] \quad (5)$$

5. Perhitungan *Weight Score* (WS) dengan Persamaan (6).

$$WS_i = WF_i \times MSS \quad (6)$$

6. Penentuan nilai CSI

$$CSI = \left[\frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\% \right] \quad (7)$$

HS : *high scale* (skala terbesar yang digunakan pada penelitian)

Selanjutnya, nilai CSI diinterpretasikan untuk menentukan level kepuasan pelanggan saat ini. Adapun Tabel 1. menunjukkan interpretasi nilai tingkat kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Interpretasi Tingkat kepuasan

No	Nilai CSI	Interpretasi
1	0% - 34,99%	Tidak Puas
2	35% - 50,99%	Kurang Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	66% - 80,99%	Puas
5	81% - 100%	Sangat Puas

Pengolahan data selanjutnya adalah memetakan indikator-indikator *SERVQUAL* ke dalam sebuah matriks yang terdiri dari empat kuadran. Tiap bagian merepresentasikan posisi indikator berdasarkan tingkat kepuasan dan kepentingan. Pemetaan ini disebut *Importance-Performance Analysis* (IPA). Hal ini akan membantu peneliti dalam memberikan usulan efektif berdasarkan harapan dan realita yang dirasakan pelanggan. Pada tahap IPA ini juga akan dihitung derajat kesesuaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan pengunjung bioskop menggunakan Persamaan (8) (Sahfitri, 2017).

$$Tk = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \quad (8)$$

Hasil dan Pembahasan

Indikator Pernyataan

Indikator pernyataan yang digunakan yaitu menggunakan variabel *service quality* atau

SERVQUAL. Variabel *SERVQUAL* terdiri dari lima variabel utama, yaitu *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*. Penelitian ini menggunakan 17 indikator pernyataan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung bioskop (Tabel 2.).

Tabel 2. Indikator kepuasan pengunjung bioskop XYZ

P1	Toilet yang bersih dan ketersediaan <i>hand sanitizer</i> di lingkungan bioskop
P2	Karyawan mematuhi protokol kesehatan
P3	Studio bioskop yang bersih
P4	Harga tiket dan fasilitas yang diberikan telah sesuai
P5	Fasilitas yang tersedia di area bioskop cukup lengkap
P6	Karyawan selalu siap sedia dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pengunjung
P7	Karyawanan melayani pemesanan pembayaran tiket bioskop dengan cepat
P8	Karyawan senantiasa mengingatkan pentingnya menjaga protokol kesehatan disertai dengan pelayanan yang baik
P9	Karyawan tanggap dalam melayani pengunjung yang membutuhkan bantuan
P10	Karyawan tegas terhadap pengunjung yang melanggar protokol kesehatan
P11	Karyawan menanggapi keluhan pengunjung dengan cepat dan positif
P12	Lingkungan bioskop terjamin keamanan dan kebersihannya saat pandemi
P13	Karyawan dapat dipercaya dalam memberikan informasi
P14	Bioskop menjamin bahwa pengunjung dilayani dengan ramah dan sopan
P15	Petugas keamanan bioskop peduli terhadap keamanan pengunjung
P16	Karyawan memberikan layanan yang sama rata kepada pengunjung
P17	Karyawan selalu berkomunikasi dengan baik terhadap pengunjung

Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung bioskop terhadap layanan di masa pandemi. Tabel 3. menunjukkan nilai *gap* dari tiap indikator kepuasan.

Tabel 3. Nilai komponen CSI dan *gap* kepuasan pengunjung bioskop XYZ

	MSS	MIS	Wf	Ws	GAP
P1	3.78	4.25	4.56	17.24	-0.47
P2	3.97	4.29	4.6	18.28	-0.32
P3	3.8	4.3	4.61	17.54	-0.5
P4	3.68	4.14	4.44	16.35	-0.46
P5	3.79	4.18	4.49	17	-0.39
P6	3.73	4.16	4.46	16.65	-0.43
P7	3.77	4.21	4.52	17.03	-0.44

	MSS	MIS	Wf	Ws	GAP
P8	3.84	4.22	4.53	17.39	-0.38
P9	3.51	4.16	4.46	15.67	-0.65
P10	3.45	4.12	4.42	15.25	-0.67
P11	3.43	4.15	4.45	15.28	-0.72
P12	3.71	4.24	4.55	16.88	-0.53
P13	3.87	4.22	4.53	17.53	-0.35
P14	3.87	4.25	4.56	17.65	-0.38
P15	3.7	4.21	4.52	16.72	-0.51
P16	3.81	4.34	4.66	17.75	-0.53
P17	3.72	4.22	4.53	16.85	-0.5
Sum	63.43	71.66			
WT	373.26				
CSI	74.625				

Tabel 3 menunjukkan nilai rata-rata kinerja (MSS), karyawan mematuhi protokol kesehatan yaitu 3.97 merupakan tingkat kinerja yang paling tinggi. Sedangkan kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pengunjung yaitu 3.43, sehingga indikator ini menunjukkan tingkat kinerja terendah menurut pengunjung. Adapun nilai rata-rata kepentingan ditunjukkan oleh nilai MIS. Nilai MIS tertinggi dengan nilai 4.34 mengindikasikan bahwa semua pengunjung telah dilayani dengan baik oleh karyawan tanpa memandang strata sosial. Sedangkan tingkat kepentingan terendah menurut pengunjung adalah ketegasan karyawan dalam menghadapi pengunjung yang tidak mematuhi protokol kesehatan dengan nilai 4.12. Sementara untuk gap pada kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pengunjung dihasilkan sebesar -0.72 merupakan gap paling besar dan untuk karyawan mematuhi protokol kesehatan -0.32 merupakan gap paling kecil. Berdasarkan hasil perhitungan CSI tingkat konsumen sebesar 74.652% sehingga masuk dalam kategori puas. Konsumen merasa puas namun masih terdapat gap dari seluruh pernyataan.

Analisis IPA

IPA bertujuan untuk menganalisis tingkat kinerja yang dirasakan dan tingkat kepentingan yang diharapkan. Selain itu, metode ini juga dapat menunjukkan indikator apa saja yang perlu ditingkatkan maupun dipertahankan, dan pengelompokannya ke dalam masing-masing kuadran. Adapun nilai rata-rata skor kepuasan dan kepentingan dari indikator pelayanan bioskop XYZ ditunjukkan oleh Tabel 4.

Tabel 4. Rerata nilai kepentingan dan kepuasan pelayanan bioskop XYZ

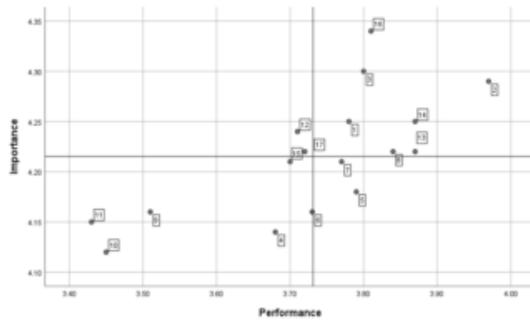
Atribut	Skor Kinerja (X _i)		Skor Harapan (Y _i)		Tingkat kesesuaian (%)
	Rata-rata	Jumlah	Rata-rata	Jumlah	
P1	3.78	378	4.25	425	88.94%

Atribut	Skor Kinerja (X _i)		Skor Harapan (Y _i)		Tingkat kesesuaian (%)
	Rata-rata	Jumlah	Rata-rata	Jumlah	
P2	3.97	397	4.29	429	92.54%
P3	3.80	380	4.3	430	88.37%
P4	3.68	368	4.14	414	88.89%
P5	3.79	379	4.18	418	90.67%
P6	3.73	373	4.16	416	89.66%
P7	3.77	377	4.21	421	89.55%
P8	3.84	384	4.22	422	91.00%
P9	3.51	351	4.16	416	84.38%
P10	3.45	345	4.12	412	83.74%
P11	3.43	343	4.15	415	82.65%
P12	3.71	371	4.24	424	87.50%
P13	3.87	387	4.22	422	91.71%
P14	3.87	387	4.25	425	91.06%
P15	3.7	370	4.21	421	87.89%
P16	3.81	381	4.34	434	87.79%
P17	3.72	372	4.22	422	88.15%
Rata-rata					88.50%

Tingkat kinerja tertinggi menurut pengunjung adalah pegawai yang mematuhi protokol kesehatan, dengan skor kinerja rata-rata tertinggi 3.97. Konsumen percaya bahwa kepatuhan staf terhadap protokol kesehatan adalah salah satu bukti fisik (*tangible*) yang diberikan oleh bioskop. Di sisi lain, tingkat kinerja terburuk menurut pengunjung adalah kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pengunjung yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata kinerja paling rendah, sebesar 3.43. Konsumen atau pengunjung menganggap bahwa karyawan kurang cekatan dalam menghadapi keluhan para pengunjung bioskop. Indikator ini bagian dari variabel *responsiveness* dan perlu ditingkatkan kinerjanya.

Atribut atau indikator yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi adalah kebersihan dan kenyamanan toilet bioskop yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata kepentingan tertinggi sebesar 4.34. Konsumen masih merasa kurang terhadap kinerja karyawan pada indikator pelayanan karyawan terhadap pengunjung. Indikator ini dinilai kurang dalam kinerja yang dilakukan oleh pihak bioskop, yang mengakibatkan tingkat harapannya masih tinggi.

Setelah mengetahui tingkat kinerja dan kepentingan dari tiap atribut, maka dilakukan analisis kuadran untuk mengidentifikasi atribut apa saja yang berada di tiap kategori kuadran IPA. Adapun hasil pemetaan atribut ditunjukkan oleh Gambar 3.



Gambar 3. Pemetaan Indikator pada Kuadran IPA

Berdasarkan Gambar 3., atribut yang termasuk dalam prioritas utama atau kuadran I yaitu pada P12 dan P17. Atribut ini perlu dilakukan segera perbaikan layanan agar tidak masuk kembali pada kuadran I. Selanjutnya, kuadran II terdiri dari atribut-atribut P1, P2, P3, P8, P13, P14 dan P16 yang berarti bahwa nilai kepentingan dari atribut-atribut tersebut cukup tinggi dan telah memenuhi harapan pengunjung. Sehingga, tindakan selanjutnya dari atribut-atribut pada kuadran ini adalah mempertahankan prestasi. Atribut yang berada di kuadran III atau prioritas rendah ini, dianggap tidak terlalu penting oleh pengunjung. Kuadran III ini berisi atribut P4, P6, P9, P10, P11 dan P15. Sementara untuk kuadran IV atau dinilai berlebihan oleh pengunjung, berisi pernyataan P5 dan P7.

Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan berfokus pada indikator yang berada pada kuadran I atau prioritas utama. Indikator P12 dan P17 masuk dalam kuadran I. Usulan perbaikan layanan pada indikator P12 seperti: Rutin melakukan pengecekan pada pengunjung yang akan masuk ke lingkungan bioskop, seperti pengecekan membawa senjata tajam, narkoba atau yang lainnya, Memperketat penjagaan di sekitar lingkungan bioskop serta memperbanyak area cctv agar tidak terjadi kejadian yang tidak diinginkan. Sedangkan usulan untuk P17 antara lain: Komunikasi yang baik akan menjadikan konsumen percaya akan kinerja karyawan yang baik dan juga dapat meningkatkan rating mengenai pelayanan di bioskop, Lebih mengontrol diri pada karyawan ketika menemukan pengunjung yang sedang marah atau memprotes sesuatu hal.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Pengunjung bioskop XZY Purwokerto dapat dikatakan telah puas terhadap layanan yang

diberikan dengan tingkat kepuasan sebesar 74,65%.

2. Nilai rata-rata kepentingan dan kinerja berturut-turut adalah 4.22 dan 3.73. Masih ada *gap* pada kedua nilai ini, dimana kepuasan pada masing-masing indikator belum memenuhi ekspektasi dari pengunjung.
3. Indikator pernyataan P12 dan P17 termasuk ke dalam kuadran I. Oleh karena itu, usulan perbaikan yang disarankan berfokus kepada peningkatan layanan dua indikator tersebut. Penjadwalan rutin setiap jamnya untuk proses sterilisasi bioskop, serta meningkatkan keamanan seperti menambah cctv di setiap bagian ruangan merupakan usulan untuk memperbaiki kinerja indikator P12. Sementara untuk indikator P17 usulan perbaikan layanan seperti meningkatkan kembali komunikasi yang baik pada karyawan kepada pengunjung bioskop, komunikasi yang baik akan menjadikan konsumen percaya akan kinerja karyawan yang baik dan juga dapat meningkatkan rating mengenai pelayanan di bioskop.

Saran

Penelitian ini berfokus pada pengukuran kepuasan pelanggan di bioskop XYZ pada masa pandemi. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atribut atau item pernyataan agar dapat memberikan hasil dan rekomendasi yang lebih maksimal dan komprehensif. Khususnya variabel-variabel yang berhubungan dengan kondisi yang sedang diukur. Adapun saran untuk pengelola bioskop adalah adanya upaya peningkatan kualitas, khususnya pada keamanan dan kebersihan lingkungan bioskop.

DAFTAR REFERENSI

- Afandi, S. N., Suharto, A., & Rahayu, J. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode CSI dan IPA. *Syntax Fusion : Jurnal Nasional Indonesia*, 1(7), 204–215.
- Amri, H. R., Subagio, R. T., & Kusnadi. (2020). Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen. *Jurnal Sistem Cerdas*, 3(2), 241–252.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.31602/atd.v2i1.1191>
- Filmindonesia. (2020). *Data Penonton*.
- Haryeni. (2017). Experiential Marketing, Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap

- Kepuasan Pelanggan Pada Cinema Xx1 Plaza Andalas Padang. *Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas Vol.20, 19(1)*, 113–126.
- Layla, A. (2021). ANALISIS KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI). In *Universitas Sumatera Utara* (Vol. 1, Issue 3).
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., Lwanga, S. K., & Pramono, D. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
- Pratiwi, S. H., & Santoso, B. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Viva Beauty Center Dengan Metode Customer Sati Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa). *Juminten, 1(6)*, 145–156. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i6.178>
- Sahfitri, V. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pemanfaatan Facebook Commerce Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ilmiah Matrik, 19(1)*, 79–90.
- Syarif, A., & Widodo, A. (2020). Konsumen Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Important Performance Analysis (IPA) Pada Bengkel Auto2000 Asia Afrika Bandung, Universitas Telkom Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 4(3)*, 685–701.
- Tysara, L. (2021). *Pengertian Populasi adalah Jumlah Keseluruhan Objek Penelitian, Ini Macam-Macamnya*.
- Uly, M. P. (2021). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analisis (IPA) Di Bioskop XXI Transmart Kota Kupang*.