

BAB I

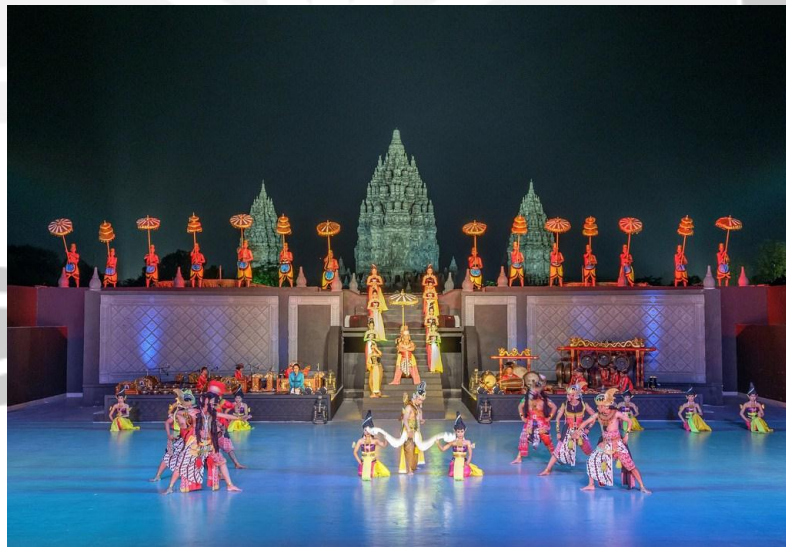
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini tumbuh dengan pesat seiring dengan meningkatnya keinginan dan daya beli masyarakat terhadap produk dan faktor-faktor yang mengikutinya semakin kompleks. Agar produk yang ditawarkan dapat menjadi perhatian konsumen, maka harus ada faktor pendukung untuk memberikan nilai tambah seperti pelayanan dan suasana berbeda dari tempat dijualnya produk atau jasa tersebut, sehingga dapat menarik konsumen untuk mau membayar atau membeli produk. Penjualan suatu produk salah satunya melalui teater pertunjukan, perlu perhatian khusus yang diberikan agar teater pertunjukan itu sendiri dikenal dan menjadi pilihan yang baik dan menarik bagi konsumen maupun calon konsumen.

Di masa sekarang, di Yogyakarta sendiri usaha teater pertunjukan tidak terlalu banyak. Maka dari itu, teater pertunjukan itu sendiri harus bisa memberikan nilai tambah selain dari produk yang ditawarkan. Hal ini digunakan untuk menjadikannya sebuah keunggulan kompetitif yang membedakan teater pertunjukan satu dengan teater pertunjukan yang lainnya atau bahkan agar konsumen penasaran dengan pertunjukan tersebut sehingga

tertarik dan mau untuk membayar. Penyelenggara atau pengusaha teater pertunjukan tersebut mencoba untuk membangun pengalaman yang menarik (Baker et al., 2002) untuk menyenangkan dan mempertahankan pelanggan serta mengalahkan semua pesaing mereka. Kualitas pelayanan dan *perceived value* adalah salah satu elemen penting untuk mencapai kepuasan yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen semakin memiliki niat untuk membeli produk tersebut. Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2001), penampilan sebuah toko akan menentukan citra toko tersebut, dan memposisikan toko dalam benak konsumen, terutama penampilan pada teater pertunjukan itu sendiri.



Gambar 1.1

Suasana Teater Pertunjukan Ramayana Ballet Yogyakarta

(Sumber: www.liveinjogja.com, diakses pada 27 Agustus 2018)

Dari sisi konsumen, kualitas pelayanan dan *perceived value* yang berbeda dan mengesankan akan membuat konsumen merasa lebih puas terhadap apa yang diberikan sehingga akan timbul rasa untuk ingin untuk membeli kembali. Kualitas pelayanan menurut Suwithi dalam Anwar (2002:84) adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen, baik konsumen internal maupun konsumen eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. *Perceived value* adalah preferensi yang dirasakan oleh konsumen atas atribut produk, kinerja, dan konsekuensi yang timbul dari pemakaian fasilitas untuk memenuhi sasaran dan maksudnya (A. B. Susanto dalam Vanessa, 2007:66). Menurut Kotler (2000:36) definisi kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau hasil yang mengecewakan dari membandingkan penampilan produk yang telah disediakan (hasil) dalam yang berhubungan dengan harapan konsumen. Sedangkan menurut Kotler et al. (1999:156) niat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. Dengan demikian, kualitas layanan dan *perceived value* yang diberikan harus memiliki standart tertentu agar dapat memberikan kepuasan yang lebih untuk dirasakan oleh konsumen sehingga timbul rasa untuk niat bayar pada konsumen karena merasa mendapat untung yang lebih dari apa yang telah diperoleh.

Ramayana Ballet Prambanan merupakan sebuah pertunjukan yang menggabungkan tari dan drama tanpa dialog yang mengangkat cerita Ramayana. Lebih dari 50 tahun, Ramayana Ballet berkomitmen untuk memberikan pengalaman dan kenikmatan dalam penampilan pertunjukan seni Ramayana Ballet di Indonesia ini pertama kali dipentaskan di panggung terbuka Candi Prambanan. Sampai saat ini, pertunjukan Ramayana Ballet masih banyak diminati oleh masyarakat terutama para turis dalam negeri maupun luar negeri. Dengan kualitas layanan dan *perceived value* terbaik yang diberikan, akan membuat para konsumen puas dan nyaman berada di teater Ramayana Ballet Yogyakarta ini sehingga konsumen merasa memiliki keuntungan setelah menyaksikan pertunjukan dan akan menjadi salah satu pilihan konsumen berikut pada saat mereka ingin melihat pertunjukan ataupun merekomendasikan kepada orang lain tentang sendra tari ataupun ingin mengenal sejarah yang pernah ada.

Ramayana Ballet Prambanan ini berada dilokasi yang cukup jauh dari pusat kota Yogyakarta, namun bisa ditempuh menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum seperti *Trans Jogja* sehingga lebih mudah untuk dijangkau oleh masyarakat. Pertunjukan Ramayana Ballet ini memiliki jadwal tertentu pada dua *session*, yaitu pada musim kemarau dan musim penghujan. Pertunjukan Ramayana Ballet pada musim kemarau biasanya diselenggarakan pada bulan Mei-Oktober pada tanggal-tanggal tertentu, pertunjukan akan berada pada panggung terbuka Candi Prambanan yang sebelumnya dibuat

pada pertama kali pementasan tahun 1961 masih masuk dalam kompleks Candi Prambanan, sehingga kemudian dibuat panggung yang terletak di sisi barat daya candi. Sedangkan pada musim penghujan, pertunjukan berada di gedung tertutup.

Tanpa disadari, dengan adanya perubahan pola belanja konsumen, tidak hanya dengan memberikan kualitas pelayanan yang nyaman saat berada di lokasi terutama di teater pertunjukan, pihak teater juga memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam pembelian tiket dengan melalui pemesanan *online*, banyak juga *travel agent* yang bisa membantu dalam pembelian tiket pertunjukan Ramayana Ballet tersebut sesuai dengan jadwal yang diinginkan. Sehingga para konsumen tidak perlu menghabiskan waktu untuk datang lebih awal dan melakukan transaksi terlebih dahulu di lokasi dalam pembelian tiket ataupun takut jika kehabisan tiket pada jadwal tersebut.

Pada studi sebelumnya, menemukan bahwa kualitas pelayanan, *perceived value*, dan kepuasan yang memainkan peran mendasar dalam menentukan niat untuk membayar pada produk yang menjadi acuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Londono et al. (2017). Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, *Perceived Value*, dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat untuk Membayar pada Teater Pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan Yogyakarta”. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu gambaran kepada perkembangan bisnis teater

pertunjukan yang ingin meraih kepuasan konsumennya khususnya pada Teater Pertunjukan Ramayanan Ballet Prambanan di Yogyakarta.

1.2. Perumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor kunci penentu yang mempengaruhi niat untuk membayar terhadap teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan Yogyakarta. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di bagian latar belakang, rumusan masalah pada penelitian yaitu:

1. Apakah kualitas layanan pusat berpengaruh terhadap *perceived value*?
2. Apakah kualitas layanan *peripheral* berpengaruh terhadap *perceived value*?
3. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap kepuasan layanan umum?
4. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap kepuasan layanan pusat?
5. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap kepuasan layanan *peripheral*?
6. Apakah kualitas layanan pusat berpengaruh terhadap niat untuk membayar?
7. Apakah kualitas layanan *peripheral* berpengaruh terhadap niat untuk membayar?

8. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap niat untuk membayar?
9. Apakah kepuasan layanan umum berpengaruh terhadap niat untuk membayar?
10. Apakah kepuasan layanan pusat berpengaruh terhadap niat untuk membayar?
11. Apakah kepuasan layanan *peripheral* berpengaruh terhadap niat untuk membayar?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui dan memperoleh gambaran hasil penelitian mengenai:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pusat terhadap *perceived value* pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *peripheral* terhadap *perceived value* pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan layanan umum pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan layanan pusat pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
5. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan layanan *peripheral* pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.

6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pusat terhadap niat untuk membayar pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *peripheral* terhadap niat untuk membayar pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
8. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap niat untuk membayar pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
9. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan layanan umum terhadap niat untuk membayar pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
10. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan layanan pusat terhadap niat untuk membayar pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.
11. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan layanan *peripheral* terhadap niat untuk membayar pada teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti yang hendak melakukan penelitian serupa dan khususnya untuk konsentrasi Manajemen Pemasaran. Melakukan pengujian atau pembuktian terhadap penelitian terdahulu serta melihat persamaan atau perbedaan hasil.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan masukan dalam rangka upaya-upaya meningkatkan niat untuk membayar pada konsumen dalam penggunaan layanan yang diberikan oleh Ramayana Ballet Prambanan Yogyakarta.

1.5. Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak meluas maka peneliti membuat batasan-batasan dalam penelitian yaitu:

1. Penelitian memakai responden masyarakat umum yang pernah menggunakan jasa atau menyaksikan teater pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan Yogyakarta.
2. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditargetkan 125 responden.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam proposal ini terdiri dari lima bab uraian, dalam tiap bab dilengkapi dengan sub bab masing-masing, yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penulisan serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini penulis menjelaskan teori yang diperlukan untuk menjelaskan subjek penelitian dan variabel-variabel pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, *perceived value*, kepuasan konsumen, dan niat untuk membayar. Selain itu dalam bab ini diuraikan pula mengenai hipotesis, model penelitian, penelitian terdahulu dan studi pendahuluan.

BAB III Metode penelitian

Metode penelitian berisi tentang metodologi yang terdiri dari lingkup penelitian (lokasi, objek, subjek penelitian), metode *sampling*, teknik pengumpulan data, metode pengujian instrument dan metode analisis data, serta uji validitas dan reabilitas.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian, mengenai gambaran umum perusahaan, analisis, dan hasil analisis data.

BAB V Penutup

Dalam bab ini merupakan bagian penutup dari skripsi ini, disajikan kesimpulan serta saran yang relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.