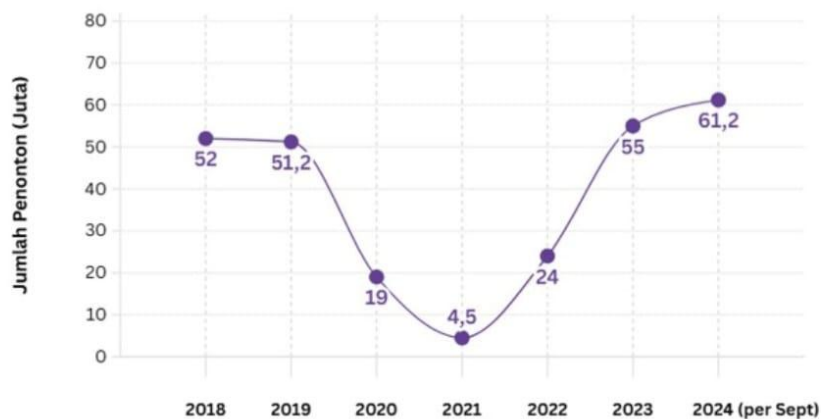


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Film merupakan salah satu media massa yang memiliki sifat satu arah, dalam hal ini film menyampaikan kepada penonton berupa cerita melalui gambar bergerak untuk kemudian dapat diambil pesan atau makna dari pesan yang disampaikan dalam film tersebut (Wuisang et al., 2024). Industri perfilman Indonesia terus mengalami perkembangan seiring meningkatnya minat masyarakat untuk menikmati hiburan di layar lebar.



GoodStats

Gambar 1. 1 Grafik Penonton Bioskop di Indonesia Tahun 2018-2024

Sumber: (Irhamni, 2024)

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, menunjukkan bahwa pada tahun 2019 sebelum terjadinya pandemi covid-19, jumlah penonton film Indonesia di bioskop adalah 51,2 juta. Namun, pada tahun 2020 sampai 2021, jumlah penonton turun drastis menjadi 4,5 juta. Akan tetapi, di tahun 2024 jumlah penonton kembali naik

menjadi 61,2 juta penonton, yang menunjukkan pemulihan industri bioskop di Indonesia bahkan lebih baik dari sebelumnya.

Industri film di Indonesia mulai dikenal ketika film Panjang pertama kali ditampilkan di Batavia pada awal abad ke-20, menjadi awal perkembangan bioskop di berbagai daerah hingga saat ini (Ningsih & Nailufar, 2021).

Tabel 1. 1 Jumlah Layar dan Bioskop di Indonesia

NO.	Bioskop	Indikator	Tahun				
			2020	2021	2022	2023	2024
1.	Cinema XXI	Layar	1.195	1.206	1.216	1.280	1.350
		Bioskop	219	222	225	240	256
2.	CGV Cinemas Indonesia	Layar	397	395	408	416	405
		Bioskop	66	68	71	73	71
3.	Cinepolis Indonesia	Layar	-	-	289	316	282
		Bioskop	-	-	60	60	56

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1.1 Cinema XXI masih mendominasi industri perfilman di Indonesia dengan jumlah bioskop terbanyak. CGV Cinemas Indonesia menunjukkan jumlah layar dan bioskop dari tahun 2020 sampai dengan 2024, dengan penurunan yang terjadi pada tahun 2024. Jumlah layar menurun dari 416 pada tahun 2023 menjadi 405 pada tahun 2024, sedangkan jumlah bioskop berkurang dari 73 menjadi 71 lokasi.

CGV Cinemas Indonesia pertama kali hadir di Kota Bandung melalui pembukaan bioskop pada tahun 2006 di Paris Van Java (PVJ). Hingga saat ini, Kota Bandung menjadi salah satu kota dengan jumlah bioskop CGV terbanyak di Jawa Barat (PT Graha Layar Prima Tbk, 2025). Berdasarkan laporan tahunan CGV Cinemas Indonesia (2024), Kota Bandung memiliki 6 bioskop, jumlah terbanyak

dibandingkan kota lain di Jawa Barat. Oleh karena itu, Kota Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi yang relative besar.

Persaingan tidak hanya terjadi pada lokasi bioskop, tetapi juga pada platform digital melalui aplikasi pemesanan tiket. Sekarang, Masyarakat lebih mudah menikmati berbagai hiburan, termasuk menonton film, dengan cara memesan tiket secara online (Sitorus, 2025). Kemunculnya sistem pemesanan tiket (*e-ticketing*) bioskop berbasis digital memberikan kesempatan bagi pengguna untuk melihat jadwal serta membeli tiket dengan lebih efisien dan mudah, tanpa perlu antri secara langsung di loket bioskop (Fadilah et al., 2025).

Selain itu, aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas merupakan jaringan bioskop internasional yang telah mengembangkan sistem *e-ticketing* di berbagai negara, seperti CJ CGV South Korea dan CGV Cinemas Vietnam. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *e-ticketing* CGV tidak hanya digunakan secara lokal, tetapi juga secara global (AndroidRank, 2025).

Tabel 1. 2 Berdirinya Aplikasi *E-Ticketing* Bioskop di Indonesia

NO.	Aplikasi	Tahun Berdiri
1.	CGV Cinemas Indonesia	2014
2.	Cinepolis Cinemas Indonesia	2015
3.	M.Tix-XXI	2016
4.	TIX ID	2018

Sumber: Google Play Store, (2026)

Berdasarkan Tabel 1.2, CGV Cinemas Indonesia adalah pelopor aplikasi *e-ticketing* bioskop di Indonesia, yaitu pada tahun 2014. Lebih dulu dibandingkan Cinepolis Cinemas Indonesia rilis pada tahun 2015, M-Tix XXI rilis pada tahun 2016, dan TIX ID di tahun 2018.

Hal ini menunjukkan peran CGV dalam memimpin digitalisasi layanan pemesanan tiket bioskop di Indonesia. Namun, menjadi pelopor tidak selalu mendominasi karena pesaing dapat belajar dari pendahulu (*second-mover advantage*) dan meraih proporsi pasar yang lebih signifikan (Christen & Soberman, 2025).

Tabel 1. 3 Jumlah Unduhan dan Rating Aplikasi *E-Ticketing* Bioskop

No.	Aplikasi	Indikator	Tahun				
			2021	2022	2023	2024	2025
1.	M.Tix – XXI	Ulasan	±3,9	±3,9	±3,9	±4,0	±4,9
		Unduhan	9 jt+	10 jt+	10 jt+	11 jt+	30 jt+
2.	TIX ID	Ulasan	±4,5	±4,5	±4,5	±4,5	±4,8
		Unduhan	10 jt+	10 jt+	11 jt+	12 jt+	12 jt+
3.	CGV Cinemas Indonesia	Ulasan	±4,2	±3,8	±3,8	±4,3	±4,6
		Unduhan	4 jt+	4,3 jt+	5 jt+	5,4 jt+	5,9 jt+
4.	Cinepolis Cinemas Indonesia	Ulasan	-	-	±3,1	±3,1	±3,1
		Unduhan	-	-	3,3 jt+	3,5 jt+	3,6 jt+

Sumber: AndroidRank, (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3, aplikasi CGV Cinemas Indonesia menduduki posisi ketiga berdasarkan rating dan unduhan di Google Play Store dalam rentang waktu 2021 sampai 2025, di bawah M-Tix XXI dan TIX ID. Pada tahun 2025, jumlah unduhan CGV hanya 5,9 juta, yang lebih sedikit dibandingkan M-Tix XXI yang mencapai 30 juta dan TIX ID dengan 12 juta, serta memiliki rating yang juga terbilang lebih rendah.

Berdasarkan ulasan pengguna pada aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Google Play Store, (2026) ditemukan adanya keluhan terkait penurunan performa aplikasi seperti sistem yang menjadi lambat dan sering mengalami *error*. Selain itu, beberapa pengguna juga mengalami kesulitan dalam mengakses akun member meskipun telah menjadi pelanggan tetap. Permasalahan tersebut menunjukkan menurunnya pengalaman pengguna yang dapat

mempengaruhi *e-loyalty* pelanggan. Penurunan *e-loyalty* juga terlihat pada Tabel 1.4 dan Tabel 1.5 yang menunjukkan adanya penurunan minat penggunaan ulang dan pembelian ulang melalui aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia. Hal ini menjadi perhatian meskipun CGV merupakan salah satu pionir aplikasi *e-ticketing* bioskop di Indonesia, posisinya saat ini berada pada urutan ketiga dibandingkan competitor lainnya.

Technology Acceptance Model (TAM) kemudahan pengguna yang dirasakan adalah faktor utama yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap sistem dan berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan (Tasrif et al., 2023). *Ease of Use* adalah kepercayaan pengguna bahwa teknologi dapat dioperasikan dengan sederhana dan tanpa upaya yang signifikan, yang terlihat dari kejelasan dalam interaksi serta kemudahan dalam menjalankan fungsi sistem (Azhar et al., 2025). Ketika sistem lebih mudah digunakan, pengalaman pengguna cenderung meningkat, yang dapat berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan (Suroso & Yosep, 2021).

Tabel 1. 4 Ulasan Negatif Pengguna Terkait Kemudah Pengguna (*Ease of Use*) pada Aplikasi *E-ticketing* CGV Cinemas Indonesia

No.	Tanggal	Username	Ulasan Negatif
1.	03/12/2025	Skylighth	Aplikasinya kurang optimal, ini gue login pake akun <i>google</i> gue kenapa <i>error</i> mulu woi? Jadi ilang akun gue. Udah coba hapus data, hapus <i>cancel</i> , <i>uninstall</i> ulang masih tetep aja, udah dari lama banget kok masih nggak diperbaiki juga.
2.	10/12/2025	Muhammad Lukman	Min tolong banget nih aplikasi CGV nya diperbaiki soalnya aplikasinya suka <i>error</i> nggak bisa dibuka kaya pas saya lagi buka aplikasi yang lain jadinya ke tunda. Liat-liat aplikasi CGV tapi pas balik lagi udah nggak bisa dibuka harus <i>uninstal</i> dulu baru instal lagi terus bisa masuk, tapi masa kaya gitu terus padahal CGV kan sudah besar masa iya memperbaiki aplikasinya aja nggak bisa. Tolong

No.	Tanggal	Username	Ulasan Negatif
			banget min biar enak juga kita sebagai penggunanya.
3.	11/12/2025	Anita Nur Hidayah	Nggak paham lagi mau registrasi dapet notifikasi “ <i>number not found</i> ”. Maunya apa sih? Registrasi doang susah bener.
4.	19/12/2025	Ahmad Ari	Kenapa sekarang apilkasi ini jadi lemot dan suka <i>error</i> sih? Kaya aplikasi buatan pemerintah aja, lu. padahal dulu 2022 apilkasi ini lancar dan enteng, kok sekarang jadi gini.

Sumber: Google Play Store, (2026)

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas, tabel diatas menunjukkan bukti ulasan kurang baik atau *review* yang berkaitan dengan kendala penggunaan aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia seperti sering *error* dan susah *login*. menunjukan bahwa bukti nyata dari *ease of use* memberikan pengaruh terhadap *e-loyalty* pengguna.

Meskipun *ease of use* mempengaruhi pengalaman pengguna, banyak pengguna yang mengeluhkan kualitas layanan aplikasi CGV di Play Store. Berdasarkan penelitian Kotler dan Keller dalam jurnal (Atmojo & Widodo, 2022), apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa loyal, jika layanan tidak memenuhi keinginan pelanggan, maka persepsi pelanggan terhadap layanan akan menurun.

Menurut Setiawan (2025) kualitas pelayanan (*e-service quality*) merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian. *Service quality* yang baik dapat meningkatkan volume penjualan dan menguasai pasar, disamping itu juga memperkuat kepercayaan serta kepuasan konsumen yang akan menciptakan *loyalitas pelanggan* (Sari & Rahmidani, 2025).

Tabel 1. 5 Ulasan Negatif Pengguna Terkait Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) pada Aplikasi *E-ticketing* CGV Cinemas Indonesia

No.	Tanggal	Username	Ulasan Negatif
1.	26/08/2025	Rio Nardy	Punyaku sudah bayar <i>booking</i> kursi, tapi nggak di proses sama aplikasinya, padahal transaksi sudah berhasil. Ke mana dana punyaku coba? aneh, udah pengajuan <i>refund</i> tapi belum dikirim. Sudah 4 hari menunggu.
2.	22/11/2025	Wulan Rosmawati	Bagaimana cara masuk ke akun sendiri? Udah coba masuk sampai ke tempat bioskopnya juga gak bisa. Ini cari bantuan kemana agar masuk ke akun <i>member</i> ? Ternyata banyak yang kompelain sampai di CGV, padahal langganan tapi nggak bisa ditingkatkan.
3.	19/12/2025	Fahmi Arif	Saya udah jauh-jauh ke Paskal Bandung pake <i>GoCar</i> dengan ongkos lumayan, dan ternyata bioskopnya rusak. Tapi saya kesel bukan karena rusaknya, tapi karena sistem <i>refund</i> -nya yang buruk, kelmaam sistem <i>refund</i> -nya. Saya pesen <i>studio</i> 3D. Karena rusak, saya ditawarkan untuk ganti ke <i>studio</i> 2D tapi harga tiket nya disamain dengan harga 3D. Lah, bukan karena nominalnya, tapi nanti nontonnya <i>double</i> . Kecewa, males lah nonton juga. Tolong dong buat bisnis yang manusiawi jangan pengen untung sendiri.
4.	12/01/2026	Dimas	Film batal tayang karena kesalahan teknis <i>cinema</i> . Nggak ada kompensasi, nggak ada apa yang dijanjikan. <i>Refund</i> 14 hari kerja nggak pernah ada kabar sampai sekarang.

Sumber: Google Play Store, (2026)

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas, menunjukan bahwa rendahnya kualitas *e-service quality* terlihat dari masalah dalam sistem *booking* serta keterlambatan *refund*. Ketidakstabilan layanan digital dan lambatnya respon terhadap keluhan tersebut menyebabkan ketidakpuasan di kalangan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan elektronik menjadi faktor penting bagi CGV Cinemas Indonesia dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas para pengguna aplikasi.

Perkembangan dalam layanan digital mendorong perusahaan untuk terus memperbaiki aplikasi mereka demi menjaga kesetiaan pelanggan. Dalam hal *e-ticketing*, *e-service quality* terbukti berpengaruh pada *e-loyalitas*, baik dengan cara

langsung maupun melalui kepuasan pengguna (Atmojo & Widodo, 2022). Selain itu, *ease of use* juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan serta mendorong kesetiaan pengguna aplikasi digital (Makbul et al., 2025).

Meskipun CGV Cinemas Indonesia merupakan pelopor dalam pengembangan aplikasi *e-ticketing* di Indonesia, namun masih menghadapi persaingan dengan platform lain, serta berbagai keluhan pengguna terkait *ease of use* dan *e-service quality* yang berpotensi memengaruhi loyalitas pelanggan. Di sisi lain, penelitian mengenai pengaruh *ease of use* dan *e-service quality* terhadap *e-loyalty* telah banyak dilakukan, namun belum secara spesifik pada objek aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia dengan lokasi penelitian di Kota Bandung.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Ease of Use* dan *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* pengguna Aplikasi *E-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dibuatlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Ease of Use*, *E-Service Quality* dan *E-Loyalty* pada pengguna aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung?
2. Apakah *Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung secara parsial?

3. Apakah *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung secara parsial?
4. Apakah *Ease of Use* dan *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung secara simultan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari dilaksanakanyapenelitian secara akademikini adalah sebagai salah satu syarat mencapai kelulusan Program Studi Strasa Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Nusantara. Adapun tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini Adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran *Ease of Use*, *E-Service Quality* dan *E-Loyalty* pada pengguna aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah *Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung secara parsial.
3. Untuk mengetahui apakah *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung secara parsial.
4. Untuk mengetahui apakah *Ease of Use* dan *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna aplikasi *e-ticketing* CGV Cinemas Indonesia di Kota Bandung secara simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Beberapa kegunaan dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian diharapkan peneliti mampu memberikan kontribusi berupa masukan dan bahan evaluasi bagi CGV Cinemas Indonesia dalam Upaya meningkatkan *Ease of Use* serta kualitas *E-Service Quality* pada aplikasi *e-ticketing*, sehingga pada akhirnya mendorong peningkatan *E-Loyalty* para pengguna.

2. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi sebagai ilmu pengetahuan dan bisa di manfaatkan menjadi bahan pustaka di masa yang akan datang.

1.5 Jadwal Penelitian

Tabel 1. 6 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2026																			
		Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■	■	■	■																
2	Penyusunan BAB I					■	■	■	■												
3	Penyusunan BAB II								■	■	■	■									
4	Penyusunan BAB III									■	■	■	■								
5	Seminar Proposal												■	■							
6	Penyusunan BAB IV													■	■	■	■	■	■		
7	Penyusunan BAB V																		■	■	■
8	Sidang Skripsi																				■

Sumber: Data diolah, (2026)