

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN BIOSKOP CINEMA XXI KOTA MADIUN

Dewi Antika¹⁾, Dian Citaningtyas Ari Kadi²⁾, Hendra Setiawan³⁾

¹Universitas PGRI Madiun

dewiantika965@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

dian.citaningtyas@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun

hendrasetiawan@unipma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 384 orang. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan sampel lemeshow. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui google form. Teknik analisis data menggunakan alat uji berupa *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan smartPLS Versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. 3) Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Beli Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. 4) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. 5) Minat beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. 6) Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. 7) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.

Kata Kunci: Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Minat Beli dan Keputusan Pembelian

Abstract

This research aims to prove empirically the influence of facilities and service quality on purchasing decisions with purchase intention as an intervening variable (case study on consumers of Cinema XXI Madiun City). This research is a quantitative research with a sample size of 384 people. The sampling method is using sampel lemeshow. Data collection using a questionnaire with distribution via Google Form. Data analysis technique using a test tool in the form of Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS Version 3.0. The results of this research show that 1) Facilities have no influence on purchasing decisions for Cinema XXI

Cinema consumers in Madiun City. 2) Service quality influences purchasing decisions among consumers at Cinema XXI Madiun City. 3) Facilities influence purchasing interest among consumers at Cinema XXI Madiun City. 4) Service quality influences purchasing interest among consumers at Cinema XXI Madiun City. 5) Purchase interest influences purchasing decisions among Cinema XXI Cinema consumers in Madiun City. 6) Facilities influence purchasing decisions through purchase interest among Cinema XXI Cinema consumers in Madiun City. 7) Service Quality influences Purchasing Decisions through Purchase Interest among Cinema XXI Cinema Consumers in Madiun City.

Keywords: *Facilities, Service Quality, Purchase Interest and Purchase Decision*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Era teknologi ini dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari terutama di kota-kota besar seperti Kota Madiun yang banyak orang selalu sibuk dengan pekerjaan dan rutinitas sehari-hari. Hal ini menyebabkan banyak orang pasti membutuhkan suatu sarana untuk melepas ketegangan akibat rutinitas yang mereka lakukan salah satunya yaitu dengan menonton film. Menonton film merupakan salah satu alternatif hiburan yang sering dipilih saat merasa lelah atau bosan dengan segala rutinitas. Bagi sebagian orang, menonton film adalah salah satu cara untuk menghilangkan stres dari pekerjaan sehari-hari. Menonton film dapat mengurangi stress karena otak dapat melepaskan hormon stres dan menggantikannya dengan endorphin. Hormon inilah yang bertanggung jawab untuk membuat keadaan emosi kita lebih stabil. Menonton film dapat dilakukan di dalam rumah dengan menonton acara di televisi, VCD, DVD, bahkan di handphone. Menonton film pun dapat dilakukan di luar yaitu di bioskop.

Bioskop adalah tempat untuk menonton pertunjukan film dengan menggunakan layar lebar, gambar film dengan menggunakan proyektor dan dilengkapi sound system yang bagus. Dalam hal ini, menonton film di bioskop juga memiliki kekurangan yaitu: besarnya biaya yang harus dikeluarkan (biaya tiket film, biaya transportasi, biaya konsumsi). Industri bioskop Indonesia saat ini diisi oleh beberapa perusahaan, antara lain Cineplex 21 Grup dengan Bioskop “Cinema XXI” nya dan CJ CGV dengan

Bioskop “CGV Cinemas”. Dua perusahaan ini saling bersaing di kelas bioskop yang sama. Bioskop Cinema XXI untuk pertama kali didirikan di Plaza Indonesia Entertainment X’nter pada bulan Januari 2004. Cinema XXI yang pertama kali didirikan ini dilengkapi dengan fasilitas 4 ruang teater regular dan 2 ruang teater Premiere (thejakartapost.com, 2014). Berdasarkan Filmindonesia.or.id (2017), dunia bioskop Indonesia diisi oleh beberapa bioskop. Perusahaan bioskop tersebut antara lain Cinema 21 yang telah berganti nama menjadi Cinema XXI, CGV, Cinemaxx, Independen, New Star Cineplex, Platinum Cineplex dan Movimax.

Di madiun sendiri memiliki 2 Bioskop yaitu CGV Cinemas yang berdiri pada tahun 2018 dan Cinema XXI yang baru berdiri pada 31 Januari 2024 tetapi membuat pengunjung memiliki kepuasan tersendiri setelah menonton film di Bioskop Cinema XXI di Kota Madiun. Dari kedua bioskop yang ada di Kota Madiun peneliti tertarik melakukan penelitian pada Bioskop Cinema XXI, hal ini dikarenakan Cinema XXI merupakan bioskop besar dan terkenal yang baru dibuka di Kota Madiun, berada di dalam kota yang mudah di akses oleh semua orang. Bioskop Cinema XXI Kota Madiun juga mengalami kenaikan dalam penjualan tiket sejak Grand Opening hingga sekarang bulan Mei 2024. Adapun jumlah penjualan tiket dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Jumlah Penjualan Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun

Tipe Studio	Bulan		
	Februari	Maret	April
Studio 1	958	1.036	1.206
Studio 2	806	987	1.183
Studio 3	938	965	1.159
TOTAL	2.729	2.988	3.548

Sumber : XXI Kota Madiun, 2024

Berdasarkan keterangan tabel diatas, penjualan tiket paling banyak yaitu pada bulan April dengan total sebanyak 3.548 tiket karena di bulan tersebut terdapat banyak film yang diminati masyarakat untuk ditonton. Penjualan tiket mengalami kenaikan setiap bulannya. Adanya kenaikan penjualan tiket tersebut tentunya tidak lepas dari faktor keputusan

pembelian seseorang untuk membeli tiket menonton di Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. Kemantapan pada sebuah produk/jasa menjadi fenomena variabel keputusan konsumen pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun saat ini, karena konsumen lebih melihat atau memperhatikan kualitas, mutu, fasilitas, pelayanan, dan faktor-faktor lainnya sehingga dapat melakukan keputusan pembelian.

Fasilitas-fasilitas yang disediakan di Cinema XXI Kota Madiun sama seperti fasilitas yang di sediakan oleh Cinema XXI pada umunya di kota-kota lain. Salah satu fenomena permasalahan pada salah satu indikator fasilitas yaitu perlengkapan atau perabotan. Kursi penonton tergolong bagus namun untuk kenyamanan kurang dan tidak terdapat kursi untuk penyandang disabilitas yang akan menonton di bioskop. Selain fasilitas, *Kualitas pelayanan* juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan juga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Pelayanan baik dan ramah akan membuat pengunjung betah dan nyaman berada di tempat tersebut. Kualitas pelayanan yang diberikan Cinema XXI di Kota Madiun baik dan memiliki struktur manajemen yang bagus sehingga membuat pengunjung merasa terlayani dengan baik. Pada *lobby* bioskop terdapat *Consessions* (tempat penjualan beragam makanan dan minuman khas bioskop) yang menjual popcorn dengan berbagai ukuran, dan berbagai jenis minuman. Cinema crew sangat antusias melayani para pengunjung yang ingin memesan produk di bioskop.

Salah satu fenomena permasalahan pada salah satu indikator kualitas pelayanan yang ada di Cinema XXI Kota Madiun yaitu *Tangible* (bukti fisik). Permasalahan bukti fisik pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun terlihat pada pelayanan di loket penjualan tiket. Terdapat 2 loket namun hanya 1 loket yang di buka yang menjadikan antrian terlalu panjang atau lama terlebih pada saat banyak film terbaru yang lagi booming. Kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dari segala aspek pemilihan untuk melakukan keputusan pembelian pada perusaterdahukaan dibidang jasa, salah satunya ialah bioskop.

Penelitian ini adalah adanya hasil penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Rumiya et al. (2022), fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. Penelitian lain juga menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh minat beli (Welsa et al., 2022). Sedangkan dari segi negatif, pada variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang (Valentine et al., 2023). Penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Rianto, 2021).

2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. Fokus dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana variabel-variabel seperti fasilitas dan kualitas pelayanan melalui minat beli. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.

3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berfungsi sebagai media untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama studi di bangku kuliah serta dari berbagai sumber literatur lainnya. Melalui penelitian ini, peneliti dapat membandingkan teori yang dipelajari dengan kenyataan yang ada di lapangan. Selain itu, penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menguji validitas teori, memahami dinamika pasar, dan mengidentifikasi elemen-elemen penting yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks pembelian.

4. Kajian Teori

a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2018), keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat membeli dan keputusan membeli. Sedangkan menurut Tanady & Fuad (2020), keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh bagaimana suatu proses pengambilan keputusan pembelian itu dilakukan.

b. Fasilitas

Menurut Imalia & Aprileny (2020), menyatakan bahwa segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Jadi bisa disimpulkan bahwa fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam suatu jasa yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Menurut Ningrum (2021), fasilitas adalah suatu hal yang memiliki sifat peralatan fisik yang tersedia oleh penjual guna menunjang kenyamanan dari pelanggan.

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler & Armstrong (2012), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Menurut Kasmir (2017), menyatakan bahwa kualitas pelayanan ialah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau karyawan.

d. Minat Beli

Menurut Kotler & Keller (2009), minat beli adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan sebuah kegiatan yaitu pembelian. Minat beli sendiri adalah niat yang muncul dalam diri seseorang sebelum membeli suatu produk atau jasa yang dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum proses pembelian berlangsung. Menurut Ferdinand (2016), minat beli konsumen dapat diartikan sebagai minat beli yang mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk.

5. Hipotesis

Melalui kajian teoritis dan empiris yang dipaparkan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : Fasilitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
- H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
- H3 : Fasilitas berpengaruh positif terhadap Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
- H4 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
- H5 : Minat Beli berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
- H6 : Fasilitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.
- H7 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Tiket Bioskop Cinema XXI Kota Madiun.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun berlokasi di Sun City Mall Kota Madiun lantai 2 berada di Jln. S. Parman No.8, Oro-oro Ombo, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur dengan responden yaitu seluruh konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun minimal melakukan 1 kali pembelian tiket. Jenis penelitian yang dipakai penelitian kuantitatif berupa pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian untuk meneliti populasi atau sampel dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *simple random sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 384 responden. Variabel dalam penelitian ini variabel independen adalah Fasilitas (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Keputusan Pembelian (Y) dan Minat Beli (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

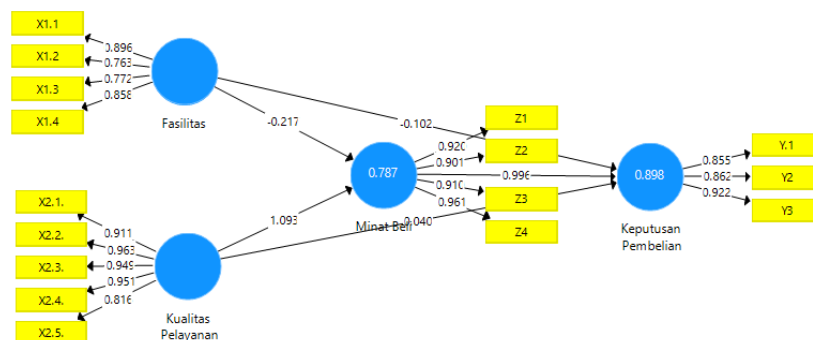
Deskripsi Data Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *simple random sampling* dalam penentuan sampelnya. Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini menggunakan rumus *Lamshow* sehingga hasil yang digunakan sebanyak 384 responden. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan kuesioner dengan *google form* yang kemudian disebarikan kepada responden. Karakteristik dari pengumpulan data pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan.

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji Validitas (*Convergent Validity*)

Berdasarkan operasional variabel penelitian ini, bentuk model penelitian kemudian diolah menggunakan *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji validitas model. Untuk menguji validitas model menggunakan *outer model* (model pengukuran)



Gambar 1. Uji *Outer Model*

Sumber : Hasil SmartPLS, 2024 (diolah)

Tabel 1. Hasil Analisis Convergent Validity

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Fasilitas (X1)	0.680
Kualitas Pelayanan (X2)	0.846
Minat Beli (Z)	0,852
Keputusan Pembelian (Y)	0,775

Sumber: Hasil SmartPLS, 2024 (diolah)

Hasil diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *Average Variant Extracted* (AVE) variabel Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Minat Beli dan Keputusan Pembelian $> 0,5$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel yang ada dalam penelitian ini telah mempunyai *Discriminant Validity* yang baik.

Uji Reliabilitas

Composite Reliability

Tabel 3. Hasil Analisis Cronbach's alpha

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Fasilitas (X1)	0.841	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.954	Reliabel
Minat Beli (Z)	0.942	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.855	Reliabel

Sumber: Hasil SmartPLS, 2024 (diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa bahwa nilai *Composite Reliability* memiliki *Cronbach's Realibility* pada masing-masing variabel $> 0,70$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini dikatakan *reliabel* (Ghozali & Latan, 2015).

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Uji R-square (R2)

Tabel 4. Hasil Uji R-square (R2)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Minat Beli (Z)	0,787	0,786
Keputusan Pembelian (Y)	0,898	0,897

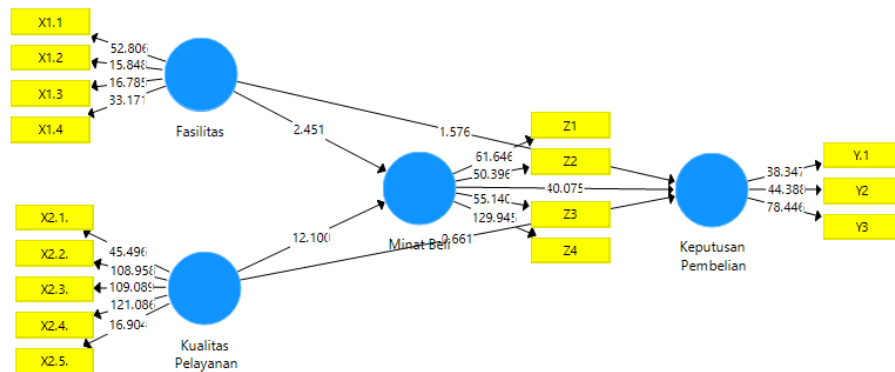
Sumber: Hasil SmartPLS, 2024 (diolah)

Hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *R-square* Keputusan Pembelian sebesar 0,898. Nilai tersebut menjelaskan bahwa pengaruh fasilitas wisata dan kualitas terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada

konsumen Bioskop Cinema XXI Kota Madiun dalam penelitian ini sebesar 89%, dan nilai *R-square adjustes* Keputusan Pembelian sebesar 0,897 atau sebesar 89% sedangkan *R-square adjustes* Minat Beli sebesar 0,787 atau sebesar 78%, sisanya tidak dijelaskan dalam penelitian yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Perubahan nilai *R-square* (R^2) dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas atau variabel independent tertentu terhadap variabel terikat apakah memiliki pengaruh yang substantif (Ghozali & Latan, 2015).

Uji Hipotesis

Model Persamaan Struktural



Gambar 4.2 Uji *Inner Model*
Sumber : Hasil SmartPLS (2024)

Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Langsung

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Fasilitasi -> Keputusan Pembelian	0.102	0.098	0.065	1.576	0.116
Kualitas Pelayanan -> Keputusan Pembelian	0.040	0.036	0.061	0.661	0.509
Fasilitasi -> Minat Beli	0.217	0.207	0.089	2.451	0.015
Kualitas Pelayanan -> Minat Beli	1.093	1.085	0.090	12.100	0.000
Minat Beli -> Keputusan Pembelian	0.996	0.995	0.025	40.075	0.000

Sumber : Hasil PLS, 2024 (diolah)

Berdasarkan pada tabel diatas hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $1.576 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.116 > 0.05$
2. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian karena nilai $t_{statistics} < t_{tabel}$ $0.661 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.509 < 0.05$
3. Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Beli karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ $2.451 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.015 < 0.05$
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ $12.100 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.000 < 0.05$
5. Minat beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ $40.075 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.000 < 0.05$

Uji Intervening

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Intervening

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Fasilitas -> Minat Beli -> Keputusan Pembelian	0.216	0.206	0.090	2.409	0.016
Kualitas Pelayanan -> Minat Beli -> Keputusan Pembelian	1.089	1.079	0.101	10.785	0.000

Sumber : Hasil PLS, 2024 (diolah)

Berdasarkan pada tabel diatas hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $2.409 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.003 < 0.05$
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $10.785 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.000 < 0.05$

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bioskop Cinema

XXI Kota Madiun, dapat disimpulkan bahwasanya konsumen melakukan keputusan pembelian ketika menonton Cinema XXI Kota Madiun bukan karena fasilitas yang disediakan, fasilitas yang berupa Kualitas gambar yang tajam, Kualitas audio yang menggelegar, Looby yang luas, Kursi menonton yang lebih nyaman dan Ruang tunggu yang nyaman memang hal wajar yang harus disediakan oleh perusahaan khususnya Cinema XXI Kota Madiun. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bioskop cinema xxi kota madiun, dapat disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cinema XXI Kota Madiun penikmat film tidak terlalu mementingkan dari segi kualitas pelayanannya, hal ini kemungkinan karena para pelanggan kurang memperhatikan suatu kualitas pelayananan ketika menonton di bioskop Cinema XXI Kota Madiun dan keputusan pembelian tidak selalu di pengaruhi oleh kualitas pelanyanan atau kemungkinan kualitas pelayanan yang ada di Cinema XXI Kota Madiun hampir sama dengan kualitas bisokop lainnya yang ada dimadiun. Fasilitas berpengaruh terhadap minat beli pada Cinema XXI Kota Madiun, dapat disimpulkan bahwasanya fasilitas yang diberikan oleh pihak Cinema XXI Kota Madiun karena memiliki fasilitas penunjunag bagi para konsumennya yang merasakan nyaman saat mnonton di Cinema XXI Kota Madiun, dengan hal itu yang mengakibatkan konsumen mempunyai minat untuk menonton di Cinema XXI Kota Madiun. peningkatan terhadap minat seseorang pelanggan pada. Cinema XXI Kota Madiun harus diperhatikan fasilitas yang ada. Peningkatan pada fasilitas akan memberi dampak positif terhadap Minat beli konsumen.

Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun, kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cinema XXI Kota Madiun kepada konsumen termasuk dalam kategori baik, yang dapat dilihat juga dari tingkat pelanggan yang datang untuk sekedar hiburan menonton. Para konsumen elalu konsisten untuk datang berkunjung. Responden beranggapan bahwasanya Kualitas pelayanan sangat berpengaruh sekali terhadap minat beli seseorang, karena ketika kualitas yang diberikan baik atau memenuhi ekspektasi konsumen, hal ini tentunya bisa digapai dan tentunya akan menyebabkan konsumen berminat untuk menonton di Cinema XXI Kota Madiun. Minat Beli berpengaruh

terhadap Keputusan Pembelian Pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun, dapat disimpulkan bahwasanya Responden sebelum memutuskan untuk menonton di Cinema XXI Kota Madiun, konsumen mencari informasi terlebih dahulu terkait apa saja yang terdapat di Cinema XXI Kota Madiun melalui teman, keluarga maupun media sosial Cinema XXI Kota Madiun. Selain itu, responden tertarik untuk membeli menonton di Cinema XXI Kota Madiun karena hasil rekomendasi dari teman maupun keluarga yang sudah pernah menonton di Cinema XXI Kota Madiun. Berdasarkan kondisi di lapangan responden memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian di Cinema XXI Kota Madiun karena terdapat berbagai macam film yang disajikan, kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memiliki fasilitas yang lengkap. Selain itu terdapat pula ciri khas lainnya yang terdapat Cinema XXI Kota Madiun dibandingkan dengan bioskop lainnya di kota madiun.

Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun, dapat disimpulkan bahwasanya fasilitas akan menjadikan seseorang untuk memiliki minat beli yang menyiptakan keputusan pembelian. fasilitas adalah penyedia perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada penggunaanya, sehingga kebutuhan-kebutuhan dari pengguna fasilitas tersebut dapat terpenuhi. Fasilitas merupakan alat penunjang untuk kelangsungan bisnis suatu perusahaan jasa. Semakin baik fasilitas yang disediakan oleh pengelola maka akan meningkatkan keputusan menggunakan konsumen. Sebaliknya jika fasilitas yang disediakan buruk maka keputusan menggunakan konsumen akan menurun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan. Artinya fasilitas yang digunakan dapat meningkatkan keputusan menggunakan. Hal ini sesuai dengan kenyataan lapangan menunjukkan bahwa keputusan seorang menggunakan dipengaruhi oleh fasilitas yang ada maupun fasilitas yang baru, sehingga keputusan pembelian seseorang akan meningkat. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Bioskop Cinema XXI Kota Madiun, dapat disimpulkan Bila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas pelayanan ini akan berdampak pada terjadinya minat beli untuk menciptakan

keputusan pembelian. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apabila kualitas pelayanan Cinema XXI Kota Madiun kurang baik di mata konsumen, maka tidak dapat meningkatkan minat beli di Cinema XXI Kota Madiun. Ketika seseorang merasa bahwa pelayanan yang dilakukan pelayan kurang baik, maka kemungkinan di kemudian hari akan memutuskan untuk melakukan pembelian dipasar lainnya.

SARAN

Bagi Cinema XXI Kota Madiun diharapkan untuk dapat mengembangkan fasilitas dan kualitas pelayanannya dikarenakan konsumen yang akan memutuskan pembelian akan terlebih dahulu melihat fasilitas yang diberikan oleh Cinema XXI Kota Madiun dan juga kualitas pelayanan yang diberikan. Bagi Peneliti Selanjutnya hasil penelitian ini dapat diterapkan sebagai referensi penelitian berikutnya. Sebagai tinjauan pustaka serta sumber referensi bagi penelitian yang memiliki minat meneliti tentang Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli di Cinema XXI Kota Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*.
- Filmindonesia.or.id. (2017). *Perkembangan Jumlah Bioskop di Indonesia*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Imalia, I., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Ningrum, A. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Putera Karyasindo Prakarsa*.
- Rianto, M. H. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Variabel Minat Beli Pada (Studi*

- Perbandingan Goro Assalam dan Hypermart). In *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Rumiyati, I., Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2022). Pengaruh Service Quality Dan Facilities Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Trans Jogja di Kota Yogyakarta). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 2013–2021. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2040>
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- thejakartapost.com. (2014). *Cinema, candidates & would-be presidents*.
- Valentine, L., Fadhillah, S. A., Sucipto, H., Akbar NPD Wahana, & Sholeha, A. (2023). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 425–443.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>