



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN IMERSIF TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG BES CINEMA DI KOTA PANGKALPINANG

Dwi Junita¹, Zuhdi Rizaldi², Faturrahman Ramadhon³, Indah Noviyanti⁴
^{1,2,3,4}Universitas Bangka Belitung, Gang IV No.1, Balun Ijuk, Kepulauan Bangka Belitung, 33172, Indonesia
Email: dwij19950@gmail.com

Article History

Received: 21-06-2025

Revision: 05-07-2025

Accepted: 11-07-2025

Published: 16-07-2025

Abstract. In the midst of increasingly fierce competition, cinemas are required not only to show the latest films but also to provide a comfortable and satisfying viewing experience. The quality of service and immersive experiences in the entertainment world today are considered important elements that greatly influence visitors' understanding and experience. This research aims to determine the effect of service quality and immersive experiences on the satisfaction of visitors to BES Cinema in Pangkalpinang City. This study uses a quantitative approach by conducting surveys on a number of people who have visited BES Cinema. The collected data were analyzed using multiple linear regression to find out the extent of the influence of independent variables, namely service quality and immersive experience, on the dependent variable, which is the level of visitor satisfaction. Data collection was carried out using questionnaires. Research findings show that satisfying services and an atmosphere that supports the watching experience positively and significantly affect visitor satisfaction. This indicates that improvements in visual design and service aspects are crucial to maintaining visitor loyalty in the local cinema industry, as a comfortable atmosphere can enhance the overall quality of the experience. Thus, enhancements in service quality and immersive experiences can boost visitor satisfaction at BES Cinema in Pangkalpinang City.

Keywords: Service Quality, Immersive, Visitor Satisfaction, BES Cinema, Pangkalpinang

Abstrak. Di tengah persaingan yang makin ketat, bioskop diwajibkan untuk tidak hanya menayangkan film-film terbaru, tetapi juga memberikan pengalaman menonton yang nyaman dan memuaskan. Kualitas layanan dan pengalaman yang mendalam dalam dunia hiburan saat ini, dianggap sebagai elemen penting yang berpengaruh besar pada pemahaman dan pengalaman pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan imersif terhadap kepuasan pengunjung BES Cinema di Kota Pangkalpinang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei kepada sejumlah orang yang pernah mengunjungi BES Cinema. Data yang terkumpul dianalisis dengan regresi linier berganda untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen, yaitu kualitas layanan dan pengalaman mendalam, terhadap variabel dependen, yaitu tingkat kepuasan pengunjung. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket. Temuan penelitian menunjukkan bahwa layanan yang memuaskan dan suasana yang mendukung pengalaman menonton secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan pengunjung. Ini menunjukkan bahwa perbaikan pada aspek desain visual dan pelayanan sangat penting untuk menjaga loyalitas pengunjung di industri bioskop lokal, serta suasana yang nyaman dapat meningkatkan kualitas pengalaman secara keseluruhan. Dengan demikian, peningkatan dalam kualitas layanan dan pengalaman mendalam dapat meningkatkan kepuasan pengunjung BES Cinema di Kota Pangkalpinang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Imersif, Kepuasan Pengunjung, BES Cinema, Pangkalpinang

How to Cite: Junita, D., Rizaldi, Z., Ramadhon, F., & Noviyanti, I. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Imersif Terhadap Kepuasan Pengunjung Bes Cinema di Kota Pangkalpinang. *ECONOMETRICS: Journal of Sustainable Economics and Management*, 1 (3), 127-140. <http://doi.org/10.54373/econom.v1i3.138>

PENDAHULUAN

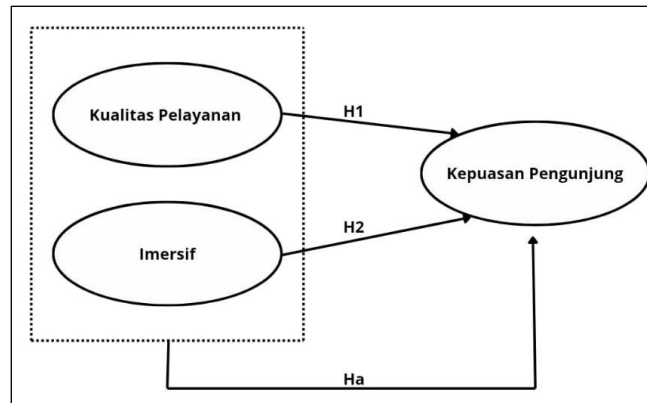
Seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat untuk hiburan dan rekreasi berkualitas, industri hiburan, khususnya bioskop, telah berkembang pesat. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan bioskop dituntut untuk tidak hanya mendistribusikan film-film terbaru tetapi juga menyediakan pengalaman menonton yang nyaman dan memuaskan. Kualitas pelayanan dan imersif lingkungan bioskop adalah dua elemen utama yang membentuk pengalaman tersebut. Penelitian terdahulu (Rahayu & Istianto, 2020) melakukan penelitian juga di Bioskop Cinema XXI Solo Square dengan tujuan untuk mengevaluasi dampak dari experiential marketing, kualitas layanan, citra merek, dan harga terhadap kepuasan pengunjung. Temuan dari studi ini membuktikan bahwa di antara semua variabel yang diteliti, kualitas layanan menjadi faktor yang paling berpengaruh dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Berdasarkan penelitian oleh (Rofidah & Krisnawati, 2024) menunjukkan bahwa iklan experiential yang mengandung elemen imersif secara signifikan memengaruhi kepuasan pengunjung Bioskop XXI di Gresik. Strategi pemasaran berbasis pengalaman memiliki dampak besar dalam menciptakan keterlibatan emosional dan kepuasan pengunjung. Secara keseluruhan, literatur menunjukkan bahwa pengalaman imersif memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen di industri bioskop. Dengan menciptakan lingkungan yang mendalam dan menarik, bioskop dapat meningkatkan keterlibatan penonton dan membedakan diri dari alternatif hiburan lainnya. Kedua komponen ini dinilai saling mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dan kesetiaan mereka.

BES Cinema sebagai salah satu bioskop yang beroperasi di Pangkalpinang, merupakan salah satu objek kajian yang relevan dalam konteks ini. Dengan adanya peningkatan pengunjung di BES Cinema, penting untuk memahami sejauh mana kualitas pelayanan dan imersif yang ditawarkan mampu memenuhi harapan konsumen dan mendorong kepuasan mereka. Dari data yang kami telusuri diulasan google review terdapat ulasan yang menjadi patokan kami untuk meneliti BES Cinema, di mulai dari terdapat beberapa ulasan komentar pengunjung yang mengarah pada ulasan komentar negatif yang akan menjadi arahan bagi kami dalam penelitian ini. Kami menemukan beberapa komentar negatif dari aspek *customer service* maupun penyediaan pelayanan umum yang kurang baik, menurut beberapa pengunjung pelayanan terkhusus di tempat pembelian tiket dimana kasir atau penjual tiket memberikan wajah yang sedikit tak acuh terhadap pengunjung dan terkesan tidak melayani pengunjung dengan baik dan juga toilet yang kebersihannya kurang diperhatikan disertai dengan beberapa kerusakan seperti pintu yang tidak dapat dikunci, kloset yang kotor yang mana hal tersebut

menyebabkan penurunan kepuasan pengunjung dalam hal pengalaman berkunjung ke BES CINEMA. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih jauh bagaimana kualitas pelayanan dan imersif terhadap kepuasan pengunjung BES Cinema di kota pangkalpinang. Hasil temuan ini dapat dijadikan sebagai referensi yang bernilai bagi pihak pengelola bioskop untuk meningkatkan mutu layanan dan menciptakan suasana menonton yang nyaman dan kompetitif, sehingga mampu bersaing secara berkelanjutan di industri hiburan lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan imersif terhadap kepuasan pengunjung Bes Cinema di Kota Pangkalpinang.

METODE

Dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Menurut (Sugiono & Pratista, 2018) yaitu "Penelitian yang didasarkan pada positivisme, dilakukan pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data statis untuk menguji hipotesis". Guna mengevaluasi aspek kualitas pelayanan dan tingkat keimersifan yang dirasakan oleh pengguna yang berpengaruh pada kepuasan pengunjung BES Cinema di kota Pangkalpinang. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memeriksa teori atau hipotesis apakah mereka mendukung atau menentang teori penelitian. Variabel yang dianalisis terdiri atas variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas ialah yang memberikan dampak, sedangkan variabel dependen adalah yang terpengaruh. Pada studi ini, variabel bebas terdiri atas kualitas layanan (X1) dan faktor imersif (X2), sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan pengunjung BES Cinema di Pangkalpinang. Variabel-variabel itu dirinci menjadi elemen-elemen dan selanjutnya dibangun sebagai indikator guna untuk menjelaskan secara lebih terperinci mewakili sebuah instrument yang akan berkaitan langsung dengan kuesioner penelitian. Pengelolaan data menggunakan SPSS 27. Metode *accidental sampling* diterapkan dalam pemilihan sampel, dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden untuk mendapatkan 100 data responden. Analisis data menggunakan analisis frekuensi, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji Multikolinearitas, uji Heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji hipotesis (uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi).



Gambar 1. Kerangka konseptual

HASIL

Analisis Frekuensi

Tabel 1. Data umur perespon

| Umur | Ferkuensi | Persen |
|--------------|------------|-------------|
| <18 | 7 | 7% |
| 18-21 | 90 | 90% |
| >21 | 3 | 3% |
| Total | 100 | 100% |

Berdasarkan informasi yang ada di tabel 1 menunjukkan, bahwa dari 100 responden, menunjukkan mayoritas pengunjung berada pada umur 18-21 tahun sebanyak 90 orang atau 90% kurang dari 18 tahun 7 orang atau 7% dan umur lebih dari 21 tahun berjumlah 3 orang atau 3%. Dapat di simpulkan bahwa mayoritas pengunjung adalah GEN Z.

Tabel 2. Data jenis kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Percent |
|---------------|------------|-------------|
| Pria | 38 | 38% |
| Wanita | 62 | 62% |
| Total | 100 | 100% |

Berdasarkan informasi yang ada di tabel 2 menunjukkan, bahwa dari 100 responden, menunjukkan mayoritas pengunjung berjenis kelamin wanita terbanyak yaitu 62 orang atau 62%. Sedangkan mayoritas pengunjung terendah sebanyak 38 orang atau 38% berjenis kelamin pria.

Uji Validitas dan Reabilitas

Tabel 3. Data Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

| Kualitas Pelayanan | | | |
|----------------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Variabel | R hitung | R tabel | Keterangan |
| X1.1 | 0,882 | 0,196 | Valid |
| X1.2 | 0,673 | 0,196 | Valid |
| X1.3 | 0,836 | 0,196 | Valid |
| X1.4 | 0,926 | 0,196 | Valid |
| X1.5 | 0,923 | 0,196 | Valid |
| X1.6 | 0,743 | 0,196 | Valid |
| X1.7 | 0,909 | 0,196 | Valid |
| Imersif | | | |
| X2.1 | 0,754 | 0,196 | Valid |
| X2.2 | 0,792 | 0,196 | Valid |
| X2.3 | 0,741 | 0,196 | Valid |
| X2.4 | 0,745 | 0,196 | Valid |
| X2.5 | 0,620 | 0,196 | Valid |
| X2.6 | 0,713 | 0,196 | Valid |
| X2.7 | 0,665 | 0,196 | Valid |
| Kepuasan Pengunjung | | | |
| Y1 | 0,749 | 0,196 | Valid |
| Y2 | 0,784 | 0,196 | Valid |
| Y3 | 0,837 | 0,196 | Valid |
| Y4 | 0,642 | 0,196 | Valid |
| Y5 | 0,732 | 0,196 | Valid |
| Y6 | 0,697 | 0,196 | Valid |
| Y7 | 0,669 | 0,196 | Valid |

Menurut (Sutrisno et al., 2020), terdapat dua pernyataan yang bisa dijadikan acuan oleh peneliti saat membuat keputusan, yaitu indikator dinyatakan valid secara statistik ketika nilai r hitung menunjukkan angka yang lebih tinggi dari r tabel dan memiliki sifat positif. Berdasarkan tabel 3 yaitu hasil pengujian validitas disimpulkan bahwa keseluruhan nilai r hitung > r tabel, maka bisa dikatakan semua variabel X1, X2, dan Y setiap bagiannya dinyatakan valid. Hal ini menyatakan bahwa baik indikator kualitas pelayanan, imersif, dan kepuasan pengunjung memiliki pengukuran yang baik pada studi ini berdasarkan uji validitas.

Tabel 4. Data hasil uji reabilitas

| Variabel | Cronbachh alpha | Keterangan |
|-------------------------|------------------------|-------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,930 | Reliabel |
| Imersif (X2) | 0,841 | Reliabel |
| Kepuasan Pengunjung (Y) | 0,850 | Reliabel |

Siregar menyebutkan, mengutip dari (Olivia & Nurfebiaraning, 2019), bahwa sebuah pengujian reliabilitas dapat dianggap dapat diandalkan jika skor cronbach alpha melebihi 0,06. Berdasarkan tabel 4 yaitu hasil uji reabilitas, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) Cronbach alpha memiliki nilai 0,930, Imersif (X2) Cronbach alpha dengan nilai 0,841, dan Kepuasan Pengunjung (Y) dengan nilai Cronbach alpha 0,850 dinyatakan reliable, hal ini dibuktikan oleh masing-masing variabel dengan Cronbach alpha yang mendapatkan nilai lebih tinggi dari (0,06). Dengan demikian, tiap-tiap variabel dinyatakan memiliki data yang akurat dan konsisten untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik dilakukan sebelum menguji hipotesis yang diajukan yang utama guna memastikan bahwa persamaan dalam model regresi dapat diterima dari perspektif ekonometrik. Uji asumsi klasik terdiri dari serangkaian tes yang mencakup normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. (Handayani, 2020) menyatakan bahwa pengujian asumsi klasik ialah kriteria penting yang wajib dipenuhi dalam model regresi linear OLS yang berfungsi sebagai alat untuk meramalkan, sehingga menjadikannya model yang sah dan harus memiliki sifat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE), yang berarti keputusan yang diambil dari uji t serta uji F harus bebas dari bias.

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil uji normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|--|-------------------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0.0000000 |
| | Std. Deviation | 2.35577095 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .057 |
| | Positive | .037 |
| | Negative | -.057 |
| Test Statistic | | .057 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | .200 ^d |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e | Sig. | .587 |
| | 99% Confidence Interval | |
| | Lower Bound | .575 |
| | Upper Bound | .600 |

Menurut Mulkan & Ariesa (2020), tujuan pengujian normalitas adalah untuk memahami bagaimana data terdistribusi dalam variabel yang akan dipakai dalam penelitian. Dari tabel 5, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada uji normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah $0,200 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa distribusi residual memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

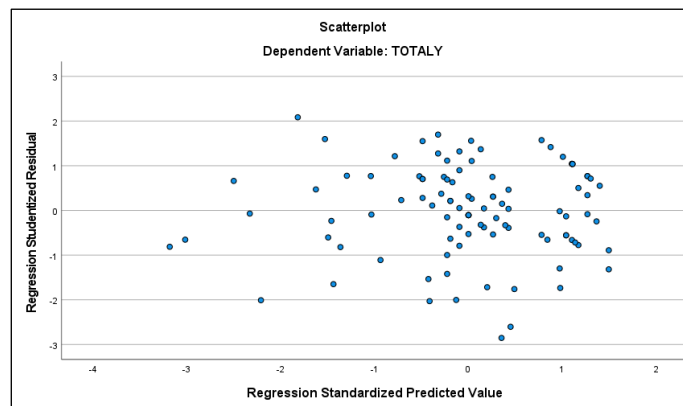
Tabel 6. Hasil uji multikolinearitas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Collinearity Statistics | | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------------------------|-----------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.020 | 1.568 | | 1.926 | 0.057 | | |
| | TOTALX1 | .377 | .077 | .390 | 4.927 | <.001 | .440 | 2.272 |
| | TOTALX2 | .511 | .077 | .525 | 6.635 | <.001 | .440 | 2.272 |

a. Dependent Variabel: TOTALY

Menurut (Adolph, 2016), pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada keterkaitan antara variabel independen yang terdapat dalam model regresi. Dari tabel 6 yang menunjukkan hasil uji multikolinearitas, dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance yang diperoleh yaitu $0,440 > 0,10$, serta nilai VIF yang diperoleh bernilai 2,272. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi ini bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil uji heteroskedastisitas

Cara untuk mengetahui apakah terdapat heteroskedastisitas dalam sebuah model dapat dilakukan melalui pola visual pada Scatterplot. Jika penyebaran titik-titik data tampak acak, maka model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas (Effendi, 2021). Gambar di atas

memperlihatkan bahwa nilai kepuasan pengunjung (Y) tersebar dengan cara yang tidak teratur atau sejajar baik di sisi positif maupun negatif dari angka nol. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi pada model regresi yang diuji.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil uji autokorelasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .856 ^a | .733 | .728 | 2.380 | 1.729 |

Tidak adanya autokorelasi dapat disimpulkan ketika nilai d hitung memenuhi syarat $d < d_{hitung} < 4-d$. (Yulinar et al., 2020). Berdasarkan tabel 7 yang menunjukkan hasil uji autokorelasi, tidak ada indikasi autokorelasi dalam model ini. Ini dapat dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson yang sebesar 1,729, yang berada dalam rentang 1,7152 hingga 2,2848. Hal ini mengindikasikan bahwa regresi ini tidak memiliki autokorelasi.

Uji-Regresi=Linear Berganda

Menurut (Adolph, 2016) regresi linear berganda ialah suatu bentuk analisis yang mencakup lebih dari satu variabel bebas dalam analisisnya. Tujuan dari proses ini untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil pengujian regresi linear berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | 3.020 | 1.568 | | | 1.926 | .057 |
| TOTALX1 | .377 | .077 | .390 | | 4.927 | <.001 |
| TOTALX2 | .511 | .077 | .525 | | 6.635 | <.001 |

Sesuai dengan temuan dari program analisis SPSS versi 27, diperoleh hasil dari regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,020 + 0,377 X1 + 0,511 X2$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan:

- Jika/kualitas/pelayanan ((X1) /dan /imersif ((X2)/ tidak /dipertimbangkan, /nilai konstanta yang /diperoleh sebesar /3,020 /menunjukkan /bahwa /kepuasan /pengunjung ((Y) /hanya akan /memiliki /nilai /3,020.

- Pada kondisi di mana nilai tetap dan variabel imersif (X2) stabil, maka peningkatan setiap satu unit dalam variabel kualitas pelayanan (X1) akan menghasilkan perubahan pada kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,377.
- Jika konstanta tetap dan variabel imersif (X2) tidak berubah, maka perubahan setiap variabel imersif (X2) akan menghasilkan nilai kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,511.
- Kepuasan pengunjung (Y) dipengaruhi secara positif oleh hasil regresi kualitas pelayanan (X1) dan Imersif (X2). Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) bernilai sebesar yaitu 0,377, sedangkan nilai koefisien imersif (X2) bernilai sebesar yaitu 0,511.

Uji_Hipotesis

Uji_Hipotesis Parsial (Uji T)

(Amelia et al., 2020) menjelaskan bahwa uji t merupakan suatu metode untuk menguji koefisien regresi parsial secara terpisah, dengan maksud untuk mengevaluasi apakah masing-masing variabel independen (X1, X2) memberikan dampak secara individu terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 9. Hasil uji hipotesis parsial

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 3.020 | 1.568 | | 1.926 | .057 |
| | TOTALX1 | .377 | .077 | .390 | 4.927 | <.001 |
| | TOTALX2 | .511 | .077 | .525 | 6.635 | <.001 |

a. Dependent Variabel: TOTALY

Dari tabel 9 yaitu hasil uji T parsial pada variabel kualitas pelayanan didapatkannya nilai t hitung > t tabel atau (4.927 > 1,984). Keberlanjutan analisis ini didukung oleh nilai tingkat Sig. < 0,05 atau (<.001), Oleh karena itu H0 ditolak dan H1 diterima, maka hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung. Sedangkan pada variabel imersif didapatkannya nilai t hitung > t tabel atau (6.635 > 1,984). Keberlanjutan hal tersebut didukung oleh nilai tingkat Sig. < 0,05 atau (<.001), Oleh karena itu H0_ditolak_dan_H2 diterima, sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh signifikan antara Imersif dan Kepuasan Pengunjung.

Uji Hipotesis Simultan (Uji_F)

Tabel 10. Hasil Uji F Simultan

| | Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|--------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|--------------------|
| 1 | Regression | 1508.824 | 2 | 754.412 | 133.192 | <.001 ^b |
| | Residual | 549.416 | 97 | 5.664 | | |
| | Total | 2058.240 | 99 | | | |

Menurut Handayani (2020), uji faktor secara bersamaan (uji F) dilaksanakan untuk memahami sejauh mana dampak variabel-variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel yang tergantung. Menurut (Iii, 2020) probabilitas signifikansi < 5% artinya variabel atau variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika kita lihat tabel 10, hasil uji F simultan di dapatkannya hasil perhitungan uji F-hitung yaitu sebesar 133,192 > F-tabel 3,09 dengan signifikansi sebesar < 0,005 atau (<,001). Oleh karena itu Ho_ditolak_dan_Ha diterima, Maka hal tersebut menunjukkann bahwa Kualitas Pelayanan dan Imersif secara bersamaan berdampak besar pada kepuasan Pengunjung.

Uji_Koefisien_Determinasi

Tabel 11. Hasil koefisien determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|--------------|-------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| 1 | .856 ^a | .733 | .728 | 2.380 | 1.729 |

Berdasarkan tabel 11 yang menyajikan hasil koefisien determinasi, Adjusted R Square memiliki nilai sebesar 0,733 atau 73,3%. Ini mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Imersif secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 73,3%. Adapun sisanya, yaitu 26,7%, terpengaruh oleh elemen-elemen lain yang tidak tercakup dalam model regresi pada penelitian ini

DISKUSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada koefisien korelasi sebesar 0,782, yang ditafsirkan sebagai 0,60-0,799 dengan tingkat hubungan yang kuat. Selain itu, ada koefisien determinasi sebesar 0,608, atau 60,8%, yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan kualifikasi secara

parsial mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung sebesar 60,8%. Hasil analisis T parsial juga mengindikasikan bahwa kualitas layanan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan para pengunjung (Y), dengan nilai t yang dihitung sebesar 4.927 yang lebih tinggi dibandingkan t tabel 1,984 dan signifikansi. Karena itu, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang berarti antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Maulana & Moko, 2023) yang menyatakan kalau kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Ini menegaskan pentingnya keramahan staf, kecepatan layanan, dan kebersihan fasilitas dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Artinya, jika kualitas layanan yang disediakan semakin baik, seperti sikap ramah karyawan, cepatnya proses pelayanan, dan kebersihan tempat, maka tingkat kepuasan para pengunjung akan meningkat pula.

Pengaruh Imersif Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada koefisien korelasi sebesar 0,816, koefisien interpretasi sebesar 0,80-1,00, dan tingkat hubungan yang sangat kuat. Selain itu, ada koefisien determinasi sebesar 0,663, atau 66,3%, yang menunjukkan bahwa variabel imersif secara parsial mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung sebesar 66,3%. Sementara itu, pengalaman yang mendalam (X2) terbukti memiliki dampak besar terhadap kepuasan pengunjung, dengan nilai t yang dihitung sebesar 6. 635, melebihi t tabel yang sebesar 1,984 dan menunjukkan adanya signifikansi. Dengan demikian, H0 ditolak dan H2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Imersif dan Kepuasan Pengunjung. Elemen seperti tata ruang, kualitas suara dan gambar, serta kenyamanan tempat duduk memiliki peran yang signifikan dalam memperbaiki pengalaman menonton. Ini sesuai dengan temuan (Mary Rahila & Lizzy, 2025) Penelitian ini mengangkat pengalaman sensorik di destinasi wisata yang menggunakan berbagai unsur audio-visual yang kaya. Temuan menunjukkan bahwa unsur-unsur ini sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung serta keinginan mereka untuk merekomendasikan lokasi tersebut kepada orang lain. Artinya hasil dari studi ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pengalaman imersif yang dirasakan oleh para pengunjung, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Imersif Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis menunjukkan bahwa $Y = 3,020 + 0,377 X_1 + 0,511 X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,856 yang berada dalam interpretasi 0,80-1,00 dengan tingkat hubungan yang sangat kuat. Selain itu, 0,733 atau 73,3 yang menunjukkan bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan dan Imersif secara simultan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengunjung sebesar 73,3%. Sementara yang tersisa, yaitu $(100-73,3\% = 26,7\%)$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan regresi penelitian. Di dapatkannya nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $(133,192 > 3,09)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Akibatnya, H_0 ditolak dan H_a diterima, menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian, penelitian ini menguatkan bahwa peningkatan dalam kedua aspek ini dapat secara langsung meningkatkan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, perbaikan dalam kualitas layanan dan aspek yang melibatkan pengalaman imersif dapat secara langsung menambah kepuasan pengunjung secara signifikan.

KESIMPULAN

Didasarkan pada hasil penelitian dan diskusi tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Imersif Terhadap Kepuasan Pengunjung BES Cinema di Kota Pangkalpinang. Studi ini mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan para pengunjung di Bioskop BES Cinema di Kota Pangkalpinang. Dengan kata lain, Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Selain itu, variabel imersif, yang mencakup pengalaman yang mendalam dan menyenangkan saat menonton di bioskop, terbukti berperan penting dalam memengaruhi kepuasan pengunjung. Artinya, semakin kuat pengalaman dan kesan yang dirasakan, semakin tinggi pula kepuasan pengunjung terhadap kunjungannya ke bioskop BES Cinema Kota Pangkalpinang. Secara keseluruhan, baik kualitas pelayanan maupun variabel imersif memiliki peran signifikan dalam peningkatan kepuasan pengunjung. Hal ini menekankan bahwa perpaduan antara pelayanan yang baik dan pengalaman menarik sangatlah krusial bagi kepuasan pengunjung bioskop.

REKOMENDASI

Untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan pengunjung, BES Cinema bisa menerapkan beberapa langkah strategis. Pertama, tingkatkan kualitas layanan dengan melakukan pelatihan berkala bagi staf, menerapkan sistem umpan balik menggunakan kode QR, dan menjaga

kebersihan serta fasilitas umum seperti toilet. Kedua, perbaiki pengalaman menonton dengan memperbarui desain ruangan, meningkatkan kualitas pencahayaan dan audio, menggunakan teknologi terkini, serta memastikan kursi penonton nyaman. Ketiga, lakukan promosi yang spesifik, seperti program loyalitas untuk Gen Z dan meningkatkan pemasaran digital melalui platform media sosial dan influencer lokal. Terakhir, gunakan data pengunjung untuk menganalisis keluhan dan melakukan evaluasi terhadap layanan secara rutin. Langkah-langkah ini akan membantu BES Cinema meningkatkan kepuasan, membangun loyalitas, dan bersaing di dunia hiburan

REFERENSI

- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., Ekonomi, F., & Prima, U. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café'El's Coffe Dipadang. *Matua Jurnal*, 4(2), 215–226.
- Dwi, R., Sekolah, U., Ilmu, T., Surakarta, E., Istianto, B., Tinggi, S., & Surakarta, I. E. (n.d.). *Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bioskop XXI Solo Square)*. <https://awards.brandingforum.org>
- Effendi, B. (2021). Analisa Harga, Produk, Promosi terhadap Keputusan Konsumen pada Pembelian Properti di Kantor Brighton Citraland Surabaya. *UMJ: UBHARA Management Journal*, 1(1), 135–144.
- Handayani. (2020a). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Handayani. (2020b). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar manajemen hospitality*. Penerbit Nem.
- Iii. (2020). Pengaruh antara Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*, 24–41.
- Kim, M. K., Suh, G. A., Cullen, G. D., Rodriguez, S. P., Dharmaraj, T., Chang, T. H. W., Li, Z., Chen, Q., Green, S. I., & Lavigne, R. (2025). Bacteriophage therapy for multidrug-resistant infections: current technologies and therapeutic approaches. *The Journal of Clinical Investigation*, 135(5).
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Mary Rahila, J., & Lizzy, A. (2025). Branding Cinemas Through Understanding the Effects of Immersive Technology and Servicescape on Customer Cinematic Experience (CX), And Yogyakarta. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 12(4SE), 96–111. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v12.i4SE.2025.1588>

- Maulana, K. A., & Moko, W. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(2), 454–460. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.2.19>
- Moko, S. M., & Sukma, R. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-Service terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli di Tokopedia. *Panorama Nusantara*, 18(1).
- Mulkan, N., & Ariesa, Y. (2020). Pengaruh Komunikasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mitra Butterindojaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 2(1), 112–128. <https://doi.org/10.34012/jebim.v2i1.1204>
- Olivia, J., & Nurfebriarining, S. (2019). Pengaruh video advertising tokopedia versi “jadikan ramadan kesempatan terbaik” terhadap respon afektif khalayak. *Jurnal Lontar*, 7(1), 16–24. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas PE*. (n.d.).
- Pratiwi, S. H., & Santoso, B. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Viva Beauty Center dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Juminten*, 1(6), 145–156.
- Riyanto, A. (2018). Implikasi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PDAM Cibadak Sukabumi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 117–124.
- Rofidah, R. A., & Krisnawati, W. (2024). *Pengaruh Experiential Marketing, Service Quality, Brand Image, Price, dan Customer Expectations Terhadap Customer Satisfaction pada Bioskop XXI Gresik*. 5, 5746.
- Sugiono, E., & Pratista, R. M. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Motivasi dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Kinerja Karyawan PT Rafa Topaz Utama di Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 14(2).
- Suttrisno, S., Riyanto, Y., & Subroto, W. T. (2020). Pengaruh Model Value Clarification Technique (Vct) Berbasis Kearifan Lokal Terhadap Motivasi Belajar Dan Hasil Belajar Siswa. *Naturalistic: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(1), 718–729.
- Yulinar, B., * Y., & Umrrie, R. H. (2020). Literasi Keuangan Dan Kepuasan Keuangan Dengan Gender Sebagai Moderasi: Studi Pada Mahasiswa Di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(1), 1–16. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i1.424