BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat dan menyebar hingga ke dunia bisnis menjadikan semua hal yang kita butuhkan lebih mudah dan praktis. Hal tersebut ditandai dengan berkembangnya media elektronik yang berdampak pada modernisasi pola perilaku konsumen (masyarakat) dari manual ke digital atau online. Modernisasi masyarakat adalah proses transformasi dari suatu perubahan masyarakat pada segala aspek-aspeknya, hal tersebut akan membantu mempermudah manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Schrool, 1988, hlm. 11). Perkembangan tersebut dapat menjadikan perusahaan saling berkompetensi pada persaingan bisnis yang semakin ketat. Bioskop menjadi salah satu contoh perubahan yang terjadi akibat munculnya teknologi informasi serta komunikasi yang dimanfaatkan oleh para industri film untuk menjual film yang diproduksi kemasyarakat dengan menyediakan fasilitas pemesanan tiket bioskop secara online.

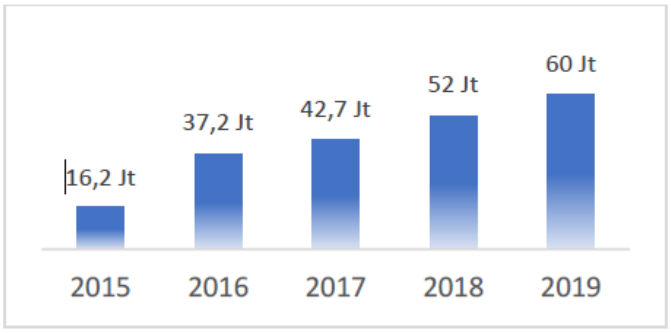
Bioskop adalah sarana tempat hiburan yang diminati dan berkembang pada masyarakat kota, area perkotaan yang minim dengan tempat wisata alam serta ruang hijau untuk bersantai, untuk menghilangkan kepenatan, ketegangan, serta kejenuhan karena kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap harinya. maka budidaya menonton bioskop, konser acara musik, penampilan teater, menjadi alternatif untuk dijadikan hiburan. Menonton bioskop sebuah

kegiatan yang tidak perlu mengeluarkan banyak biaya, dapat menghemat waktu, menghibur, serta mudah. Hampir dari semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa, menonton bioskop dijadikan sebagai opsi untuk pengisi waktu senggang adalah hal yang biasa bagi masyarakat perkotaan.

Pengertian bioskop berasal dari Bahasa Yunani ialah dari kata *Bios* yang berarti hidup, serta *Skopos* yang artinya melihat. Pada bahasa Belanda ialah *bioscoop,* yaitu tempat untuk menonton pertunjukan film yang diperlihatkan pada gambar yang disorot dengan menggunakan layar lebar, gambar film tersebut diproyeksikan pada layar mengunakan proyektor.

Pada sejarah singkat bioskop di Indonesia dipelopori oleh perusahan PT. Nusantara Sejahtera Raya, yang mana perusahaan tersebut berdiri sejak tahun 1985 dan sekitar tahun 1987 memulai kiprahnya di industri hiburan. Pada tahun 1987 perusahan ini beroperasi sebagai Cineplex 21 Grup sebuah jaringan bioskop di Indonesia dengan menjadi pelopor jaringan Cineplex. Cineplex 21 Grup menaungi XXI, The Premiere, 21 Cineplex, serta IMAX. Jaringan bioskop tersebut tersebar di beberapa kota-kota di seluruh Indonesia yang berlokasikan sebagian besar pada pusat perbelanjaan dengan menayangkan film-film Indonesia serta Hollywood. Cinema 21 berkomitmen agar selalu memberikan pengalaman menonton serta kenikmatan yang terbaik bagi masyarakat Indonesia. Hingga Agustus 2019, Cinema 21 mempunyai total dengan 1013 layar yang sudah tersebar pada 44 kota di 178 lokasi di seluruh Indonesia.

Saat ini menonton film di bioskop sudah menjadi sebuah kebiasaan banyak penduduk kota terutama pada usia produktif yang dipenuhi rutinitas beserta mobilitas yang tinggi. Informasi pada laman Katadata.co.id yang diterbitkan pada tanggal 25 februari 2019, dengan judul "Bekraf Targetkan Penonton Bioskop 2019, Tumbuh 15%", menyebutkan bahwa Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menargetkan jumlah penonton film pada bioskop di Indonesia mencapai 60 juta penonton pada tahun 2019. Angka tersebut naik 15,4% dari tahun lalu yang mencapai 52 juta penonton, untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap film. Bekraf juga mendorong peningkatan jumlah layar bioskop di tanah air.



Gambar 1. 1 Jumlah penonton bioskop di Indonesia

Sumber: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa adanya kenaikan jumlah penonton bioskop dari tahun ke tahun. Target 60 juta penonton dengan adanya kemajuan teknologi informasi serta komunikasi dari model penjualan tiket bioskop maka terasa optimis akan tercapai. Perusahaan bioskop di beberapa kota di Indonesia berusaha untuk memberikan layanan terbaik kepada para pelanggannya melalui penjualan tiket secara online.



Gambar 1. 2 Logo Aplikasi TIX ID

Sumber: https://www.instagram.com/tix_id/?hl=id

Hadirnya aplikasi TIX ID membawa pengaruh besar terhadap cara pembelian tiket bioskop. TIX ID adalah sebuah aplikasi *smartphone* yang menawarkan layanan bagi pengguna untuk pembelian tiket bioskop di Indonesia, yang dibuat dan lisensinya dimiliki oleh perusahan PT. Nusantara Elang Sejahtera, dirilis pada 21 Maret 2018. Aplikasi ini hadir untuk memudahkan khalayak umum membeli tiket bioskop tanpa perlu repot mengantri dan bebas memilih kursi dimana saja dan kapan saja. TIX ID memang bukan satu-satunya aplikasi yang dapat mempermudah dalam pembelian tiket bioskop, tetapi ada juga aplikasi lainnya yang kegunaannya hampir sama dengan TIX ID di antaranya ada Go-Tix, M-Tix, serta BookMyShow. Namun bila dibandingkan aplikasi TIX ID terhadap aplikasi serupa lainnya, TIX ID adalah sebagai salah satu *startup* yang baru menjajaki pasar kurang lebih dua tahun serta memiliki prestasi yang bagus dikarenakan mempunyai *rattings* dan jumlah pengunduh terbanyak di Indonesia.

Berdasarkan data dari *Google Play Store*, jumlah penngunduh aplikasi TIX ID berada pada kategori lebih dari 5 juta pemasang dan memiliki peringkat tertinggi.

Tabel 1. 1 Pengguna Aplikasi *E-Ticket* Bioskop

No	*Startup E-Ticket* Bioskop	*Rattings* (Skala)	Jumlah Pen-*download* Aplikasi	Tanggal *Release Google Play Store*
1	TIX ID	4,7	5,000,000+	21 Maret 2018
2	Cinema 21/M-Tix	4,5	5,000,000+	26 Agustus 2015
3	CGV Cinemas Indonesia	4,5	1,000,000+	18 November 2014
4	Cinemaxx	3,3	1,000,000+	28 Mei 2015
5	BookMyShow	3,9	500,000+	01 Juni 2016

Sumber: Google Play Store, http://play.google.com Periode 2019

Walaupun aplikasi TIX ID muncul paling baru dibandingkan aplikasi *E-Ticket* bioskop yang lainnya, aplikasi TIX ID mampu menarik lebih banyak calon pengguna dibandingkan dari pesaing lainnya yang munculnya lebih lama. Banyaknya pengunduh menunjukan antusiasme pada pengguna aplikasi TIX ID di Indonesia tergolong sangat tinggi. Salah satu penyebab aplikasi TIX ID mempunyai *rattings* tertinggi pada pengguna atau pengunduh ialah dikarenakan *intention to recommendation*. Prayeg et al. (2017, hlm. 41-54) menyatakan bahwa penyebab adanya kontribusi positif terhadap minat

perilaku seesorang dalam pengambilan keputusan yang cenderung lebih tinggi disebabkan karena adanya rekomendasi dari orang lain seperti teman maupun keluarga. Hal tersebut sesuai atas ungkapan hasil dari wawancara bahwasanya, "jadi dahulu itu waktu pertama memakai aplikasi TIX ID ini karena sering banget dapat rekomendasi dari teman kantor, mau beli dibioskop juga tidak mungkin karena ada rutinitas kerja. Dan khawatir banget kalau sudah jauh-jauh datang ke bioskop dan ternyata tiketnya sudah habis. Akhirnya saya coba mendownload aplikasi TIX ID, sampai sekarang juga selalu menggunakan TIX ID kalau mau beli tiket bioskop. Aplikasi ini sangat membantu karena bisa memilih tempat sesuai keinginan" (W/R1/TW/21-10-2019/CPI)

Kemudian ungkapan hasil dari wawancara terhadap responden lainnya yaitu: "awal tahu TIX ID ini karena pada saat menonton di bioskop sering ada semacam iklan. Pada iklan tersebut selalu memberikan informasi jika TIX ID selain praktis, ternyata juga selalu ada diskon dan harganya murah. Akhirnya karena penasaran saya mendownload aplikasi TIX ID, saat saya coba ternyata memang benar kalau TIX ID ini selalu memberikan promosi" (W/R4/TW/21-10-2019).

Untuk mendukung hal tersebut peneliti melakukan studi pendahuluan, yang mana dari hasil wawancara yang dilakukan kepada 10 responden didapatkan 7 responden menggunakan TIX ID karena rekomendasi dari orang lain dan sisanya yaitu 3 responden lainnya menggunakan TIX ID karena adanya promosi. Dalam studi pendahuluan yang peneliti lakukan, maka didapatkan pemilihan variabel yaitu faktor sosial.

Faktor sosial merupakan suatu interaksi formal maupun informal dari sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan pada sebuah status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri (Firda Amalia, 2011, hlm. 5-6). Faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Kelompok referensi terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung ataupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok referensi menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan dari kelompok yang mungkin memperngaruhi suatu pilihan produk. Keluarga ialah sebagai suatu unit masyarakat yang perilakunya sangat memengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli (Anwar, 2013, hlm. 37). Peran dan status, peran meliputi suatu kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing dari peran akan menghasilkan status, sebagai contoh manajer penjualan memiliki status yang lebih tinggi daripada pegawai kantornya Kedudukan seseorang pada masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. (Kotler, 2001, hlm. 206).

Di lansir dari *trends.google.*co.id, TIX ID menjadi topik populer di berbagai kota yang ada di lndonesia. *Google trends* merupakan alat grafik atau statistik untuk menemukan apa yang sedang *trend* saat ini. ApIikasi TIX ID menjadi topik populer di Kalimantan Selatan dengan *frequency* sebesar 60%, M-TIX 34%, Go-Tix 0%, dan BookMyShow 6%. Untuk mendukung data di atas peneliti melakukan observasi awal yang disebarkan kepada masyarakat

Banjarmasin melalui media Instagram dan WhatsApp untuk mengetahui responden yang pernah menggunakan aplikasi TIX ID.

Tabel 1. 2 Pengguna TIX ID Media Instagram & WhatsApp

Responden Instagram	Pengguna	Bukan Pengguna
Instagram (110)	70	40
WhatsApp (10)	6	4

Sumber: Data pengguna TIX ID di Instagram dan WhatsApp Periode 2021

Dari hasil observasi awal tersebut, memperoleh sebanyak 120 responden, hasil survei menunjukkan sebesar 76 responden, yang mana 70 responden melalui media instagram dan 6 responden melalui media whatsApp merupakan pengguna dari aplikasi TIX ID. Sisanya sebesar 44 responden, yang mana 40 reponden melalui media instagram dan 4 responden melalui media whatsApp bukan pengguna dari apIikasi TIX ID. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa aplikasi TIX ID menjadi aplikasi yang digunakan untuk pembelian tiket bioskop secara online di Banjarmasin.

Menurut Philip Kotler (2009, hlm. 234), keputusan pembelian ialah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap sebuah produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Secara umum perubahan dari cara pembelian tiket bioskop secara online berpengaruh pada interaksi sosial yang terjadi, pembelian tiket bioskop

yang dilakukan secara manual, dilakukan dengan tatap muka secara langsung oleh penjual dan pembeli, serta dilakukan di lokasi bisokop secara langsung. Pembelian secara elektronik ataupun online dilakukan hanya dengan satu arah dari pembeli dengan adanya bantuan aplikasi penyedia layanan tiket bioskop secara online melalui jaringan internet, tanpa harus bertatap muka langsung pada penjual tersebut, serta dilakukan dimanapun tidak harus pada lokasi bioskop. Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konsumen yang pernah menggunakan TIX ID dalam pembelian tiket film bioskop dengan judul **"Pengaruh Faktor Sosial dan Kehalalan Transaksi Online Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Tiket Film Bioskop Menggunakan Aplikasi TIX ID Di Kota Banjarmasin".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah:

1. Apakah kelompok referensi, keluarga, peran dan status, serta kehalalan transaksaksi online berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin?
2. Apakah kelompok referensi, keluarga, peran dan status, serta kehalalan transaksaksi online berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kelompok referensi, keluarga, peran dan status, serta kehalalan transaksi online berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui kelompok referensi, keluarga, peran dan status, serta kehalalan transaksi online berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan ialah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

   Menjadi bahan masukan serta keilmuan mengenai analisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan atau Pelaku Penjual Secara Online

   Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan pada perencanaan, aktivitas, serta kebijakan pemasaran, maka hal tersebut dapat memberikan hasil yang lebih baik pada masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti

   Sebagai pengalaman serta tambahan pengetahuan bagi penulis mengenai analisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian dalam penjualan secara online, dan sebagai sarana untuk

belajar serta masukan dan menerapkan teori yang telah dipelajari terhadap kasus nyata bagi penulis.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan terhadap istilah-istilah pada penelitian ini penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Faktor sosial ialah sekelompok orang yang sama-sama dapat mempertimbangkan secara dekat persamaan pada status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri, baik secara formal maupun informal (Firda Amalia, 2011, hlm. 5-6). Faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status.

   Menurut Kotler, (1996, hlm. 181) faktor sosial terdiri dari beberapa kelompok, di antaranya:

   a. Kelompok referensi mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) maupun pengaruh tidak langsung pada sikap serta perilaku seseorang.
   b. Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua ataupun lebih, orang yang berhubungan darah, perkawinan, atau adopsi, dan tinggal bersama.
   c. Peran dan status ialah posisi seseorang pada suatu kelompok, peran dan status seseorang umumnya berpartisipasi pada kelompok selama hidupnya, seperti keluarga, klub, maupun organisasi.

2. Kehalalan transakasi online, transaksi halal merupakan semua transaksi yang diperbolehkan oleh *syari'at* Islam, halal dan haramnya sebuah transaksi tergantung pada objek yang dijadikan transaksi apakah objek tersebut halal atau objek tersebut haram, serta pada cara bertransaksinya sesuai pada hukum Islam. Pada dasarnya jual beli termasuk dalam kegiatan *muamalah,* dalam ajaran Islam yang mana hukum dasar *muamalah* adalah *mubah* (boleh) selagi tidak ada dalil *syara*' yang melarangnya. Hal tersebut sesuai dengan pembahasan pada forum Bahtsul Masail Muktamar NU ke 32 di Makassar tahun 2010 menyebutkan bahwa "hukum akad (transaksi) jual beli melalui alat elektronik adalah sah, apabila sebelum transaksi kedua belah pihak sudah melihat *mabi*' (barang yang diperjualbelikan) atau telah dijelaskan baik sifat maupun jenisnya, serta memenuhi syarat-syarat dan rukun-rukun jual beli lainnya". Jual beli pada penelitian ini merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yaitu berupa tiket bioskop online yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu memberi benda dan pihak lain menerimanya.
3. Keputusan pembelian ialah sebagai sebuah proses yang mana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk status merek tertentu, serta mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

F. Kerangka Pemikiran

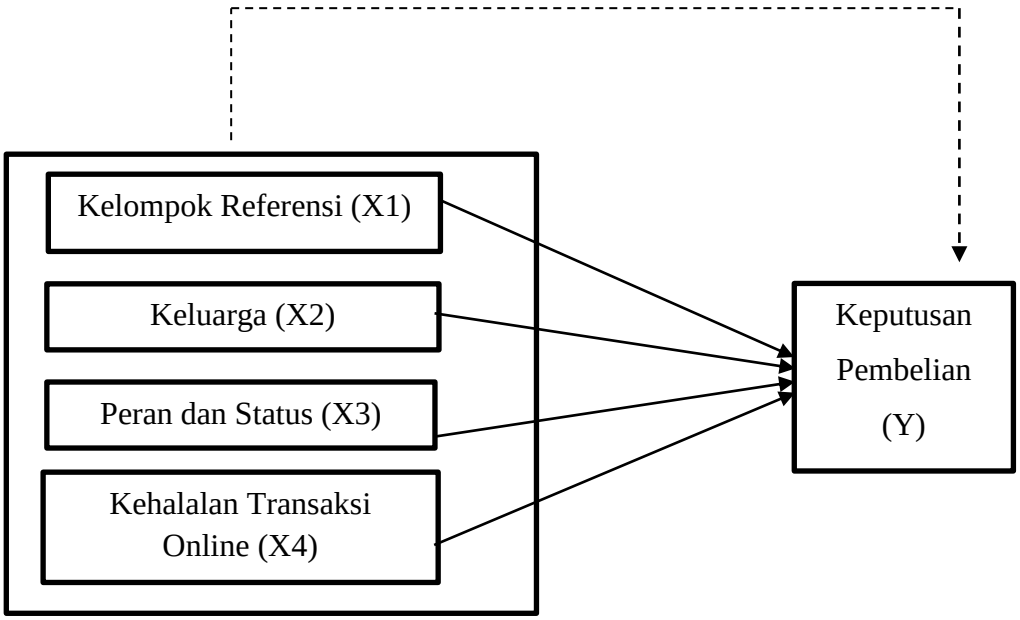
Pada kerangka pemikiran ini peneliti menggambarkan pengaruh secara sistematik antara variabel X dan variabel Y, penelitian ini tentang pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin. Bentuk kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

: Secara simultan

: Secara parsial

Gambar 1. 3

Kerangka Pemikiran



G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidaknya terhadap permasalahan dalam penelitian, sampai terbukti melalui

data yang terkumpul (Kuncoro, 2013, hlm. 59). Pada uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

1. Secara Simultan
    a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kelompok referensi, keluarga, dan peran dan status, dan kehalalan transaksi online terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.
    b. H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kelompok referensi, keluarga, dan peran dan status, dan kehalalan transaksi online terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.
2. Secara Parsial
    a. Kelompok Referensi

        H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.

        H_a = Terdapat pengaruh secara signifikan antara kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.
    c. Keluarga

        H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara keluarga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh secara signifikan antara keluarga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.

d. Peran dan Status

H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara peran dan status terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh secara signifikan antara peran dan status terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.

e. Kehalalan Transaksi Online

H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara kehalalan transaksi online terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh secara signifikan antara kehalalan transaksi online terhadap keputusan konsumen dalam pembelian tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID di kota Banjarmasin.

H. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, maka penulis

mencantumkan hasil dari penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini yang di antaranya:

1. Dhiafati Rizki Ardiani (2019) Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Pembelian Tiket Film TIX ID di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Semua Mahasiswa Yang Memiliki Aplikasi TIX ID pada Pembelian Tiket Bioskop Di Yogyakarta)". Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan, serta persepsi risiko terhadap minat konsumen dalam menggunakan TIX ID terhadap pembelian tiket bioskop di Yogyakarta. Sampel dari penelitian ini 100 mahasiswa yang menggunakan aplikasi pembelian tiket bioskop secara online melalui TIX ID. Adapun hasil dari penelitian menunjukkan pengaruh positif signifikan persepsi kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan TIX ID pada penelitian tiket bioskop. Dan terdapat pengaruh positif signifikan perset pengaruh positif signifikan persepsi keamanan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan TIX ID pada penelitian tiket bioskop. Serta terdapat pengaruh positif signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan TIX ID pada penelitian tiket bioskop. Dan terdapat pengaruh negatif signifikan persepsi risiko terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan TIX ID

pada penelitian tiket bioskop. Maka pada penelitian ini yang membedakan dengan penelitian saya dari penelitian terdahulu adalah variabel yang digunakan pada keputusan pembelian dalam membeli tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID.

2. Alvin Nurul Anggraeni (2017) Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, dengan judul "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Situs TIX ID (Studi Pada Pengguna Aplikasi TIX ID Di Kota Samarinda). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian tiket bioskop di situs TIX ID. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu perilaku konsumen, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, serta keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi TIX ID di Kota Samarinda, dengan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan skala likert untuk mengukur masing-masing dari indikator, teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop di situs TIX ID. Faktor sosial berpengaruh tidak positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop di situs TIX ID. Faktor personal

berpengaruh tidak positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop di situs TIX ID. Faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop di situs TIX ID. Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop di situs TIX ID.

3. Irna Fitri (2016) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, dengan judul "Analisis Promosi Penjualan *Online*, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)". Tujuan pada penelitian ini untuk menganalisis promosi penjualan *online*, harga, kerpercayaan, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian *online* Ceker Brontak. Dalam penelitian yang telah dilakukan dengan melibatkan 75 responden, pada mahasiswa Universitas Lampung (Unila) yang menggunakan internet aktif serta mengetahui produk Ceker Brontak. Penelitian ini menggunakan uji instrumen penelitian dalam bentuk skala untuk mengukur variabel Promosi penjualan *Online*, Harga, Kepercayaan, Kemudahan dan Keputusan Pembelian *Online*. Dan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan *online* (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Ceker Brontak. Variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Ceker Brontak, variabel kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian *online* Ceker Brontak, variabel kemudahan (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Ceker Brontak. Secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel promosi penjualan *online,* harga, kepercayaan, serta kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* Ceker Brontak. Maka dalam penelitian ini yang membedakan dengan penelitian saya dari penelitian terdahulu adalah variabel dan objek yang digunakan pada keputusan pembelian untuk membeli tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID.

4. Dinisantia Rangga (2019) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, dengan judul "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Traveloka Di Bandar Lampung". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan, kemudahan, serta manfaat yang dirasakan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan tehnik *purposive sampling*, populasi dari penelitian ialah konsumen Traveloka di Bandar Lampung yang pernah melakukan pembelian tiket pesawat di Traveloka minimal 3 kali. Dari Uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan faktor analisis dan *cronbach's alpha*. Dan analisis data menggunakan regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t serta uji koefisien determinasi disesuaikan

(*Adjusted* 2). Hasil dari analisis yang diperoleh bahwa kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka, dengan nilai pengaruh terbesar ialah variabel manfaat yang dirasakan. Pada penelitian ini yang membedakan dengan penelitian saya dari penelitian terdahulu adalah variabel dan objek yang digunakan pada keputusan pembelian dalam membeli tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID.

5. Eka Riyanti (2016) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmsin, dengan judul "Analisis Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Bakso Adit Gambut". Penelitian ini bertujuan mengetahui yang pali berpengaruh signifikan pada faktor sosial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Bakso Adit, dan untuk mengetahui variabel yang paling dominan pada faktor sosial untuk makan di Bakso Adit. Jenis dari penelitian ini yaitu *field research*, dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan populasi penelitian yaitu seluruh konsumen di Bakso Adit Gambut. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik skala likert yang dibagikan kepada sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan tahapan uji validitas, uji reliabilitas,

serta uji asumsi klasik. Dibuktikan dengan uji T, maupun uji F dengan bantuan aplikasi SPSS *for Windows* 19.0. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Bakso Adit, hal ini dapat dilihat berdasarkan data yang mana tingkat signifikansi 0,05 lebih kecil dari faktor sosial sebesar 0,000. Analisis secara parsial kelompok referensi, peran dan status mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian Bakso Adit. Peran dan status mempunyai pengaruh yang paling signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini diperoleh berdasarkan dari nilai koefisien regresi yang paling besar yaitu 0,468. Sedangkan pada variabel keluarga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Bakso Adit. Dalam penelitian ini yang membedakan dengan penelitian saya dari penelitian terdahulu adalah objek yang digunakan pada keputusan pembelian dalam membeli tiket film bioskop menggunakan aplikasi TIX ID.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pencapaian dari tujuan yang diinginkan, maka sistematika dari penulisan, dalam menyusun penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikasi penelitian yaitu manfaat hasil

penelitian, definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah yang bermakna luas, kajian pustaka, serta sistematika penulisan sebagai susunan penelitian secara keseluruhan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang pokok teori persepsi yang akan menjadi acuan terhadap variabel faktor sosial dan keputusan pembelian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjadi acuan dari cara meneliti pada penelitian yang dilakukan, metode penelitian berisi mengenai uraian jenis penelitian, pendekatan penelitian, populasi, sampel beserta teknik pengambilannya, data dan sumber data, teknik dari pengumpulan data, teknik pengolahan data, desain pengukuran, indikator dari variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PMBAHASAN

Pada bab memuat hasil penelitian pengujian berupa data penelitian serta jawaban-jawaban dari hipotesis maupun pertanyaan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir yang berisi mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan ialah ringkasan pembahasan dari hasil penelitian serta mengemukakan saran bagi semua pihak.