

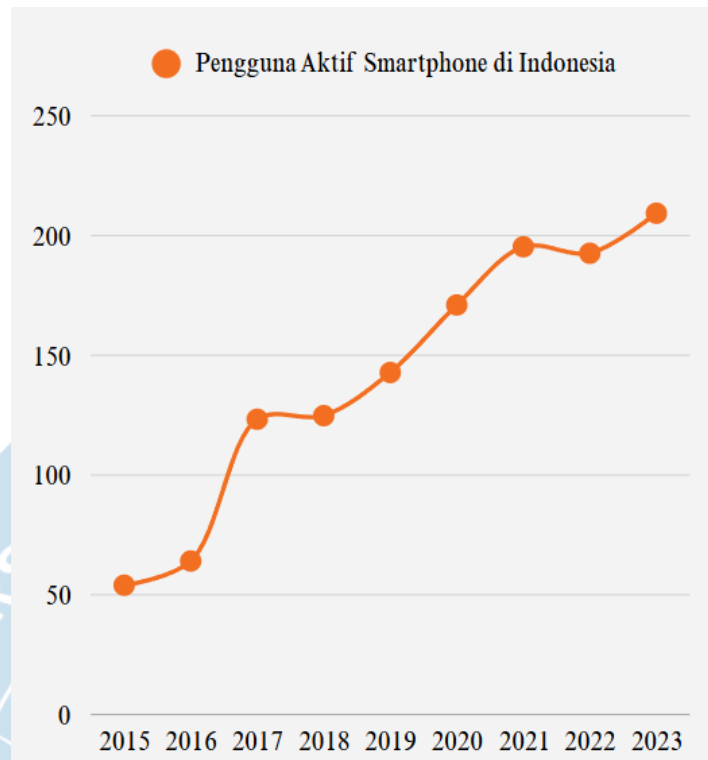
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan telepon pintar sudah hadir sejak awal tahun 1990 dan telah berkembang secara signifikan sejak awal kehadirannya dan bentuknya sebagai perangkat seluler. Beberapa tahun kemudian telepon pintar menghasilkan tampilan telepon menjadi digital dengan layar sentuh, baterai, lokasi, dan lainnya untuk mengakomodasi peningkatan penggunaan (Hynes, 2021). Sampai saat ini 54% orang di dunia sudah memiliki telepon pintar (Baker et al., 2025). Dengan adanya telepon pintar semakin mendorong orang untuk mudah berinteraksi dalam sosial media, berbelanja *online*, mencari peluang, dan mencari hiburan (Oktavia et al., 2024).

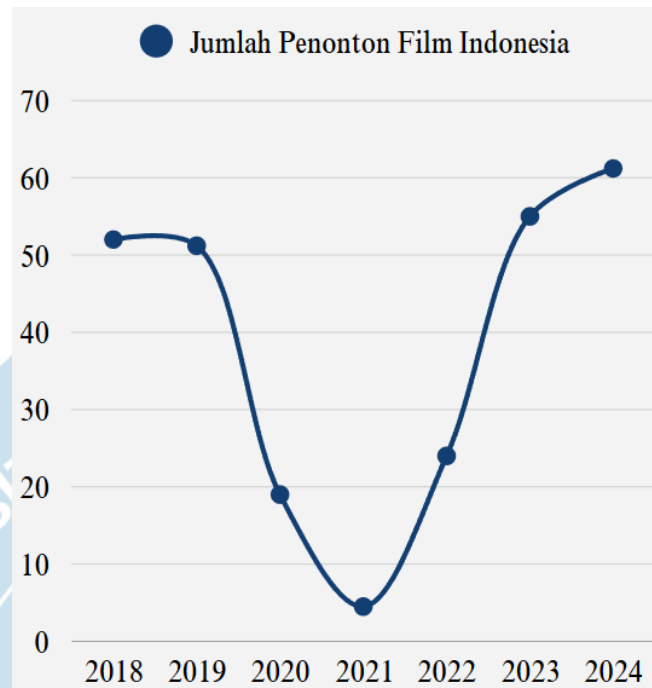
Gambar 1.1 data dari GoodStats.id 12 Juni 2024, menjelaskan bahwa di Indonesia telah mengalami peningkatan pengguna telepon pintar dalam kehidupan masyarakat untuk bersosial media, mencari informasi, berbelanja daring, mencari hiburan, dan mencari peluang. Pertumbuhan jumlah pengguna telepon pintar di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 124,8 juta orang. Seiring berjalannya waktu, tahun 2023 pengguna telepon pintar di Indonesia mengalami lonjakan tertinggi sekitar 209,3 juta pengguna telepon pintar. Peningkatan ini membuktikan bahwa telepon pintar memberikan manfaat nyata bagi para penggunanya.



Gambar 1.1 Pengguna Smartphone di Indonesia

Sumber: GoodStats.id 2024 (Diakses pada 14 Maret 2025)

Salah satu yang menjadikan telepon pintar sebagai peluang adalah industri hiburan, termasuk film di bioskop. Bioskop menjadi konsumsi hiburan dan ekspresi di seluruh dunia (Songjin et al., 2024). Dahulu masyarakat memperoleh hiburan untuk menonton film hanya melalui televisi yang memiliki banyak keterbatasan. Seiring berjalannya waktu masyarakat mulai beralih melakukan aktivitas menonton film dari televisi menjadi ke bioskop untuk memenuhi kebutuhan hiburan (Saptya et al., 2019). Gambar 1.2 data dari GoodStats.id 18 November 2024, menunjukkan bahwa jumlah penonton film bioskop di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2022 hingga 2024 jumlah penonton film di Indonesia mencapai 61,2 juta penonton. Hal ini membuktikan bahwa tingginya minat masyarakat mencari hiburan melalui film di bioskop.



Gambar 1.2 Jumlah Penonton Film Indonesia

Sumber: GoodStats.id 2024 (Diakses pada 14 Maret 2025)

Popularitas bioskop terus mengalami peningkatan seiring dengan daya tarik utama yang ditawarkan, seperti tampilan layar yang berukuran besar yang memberikan pengalaman menonton lebih imersif serta keragaman bahasa dan budaya yang disajikan dalam berbagai film, sehingga menarik minat banyak kalangan masyarakat (Salsabila et al., 2025). Namun, saat ini banyak orang lebih memilih untuk memanfaatkan telepon pintar secara maksimal untuk mendapatkan hiburan secara cepat dan mudah. Hal ini membuat terjadinya perubahan perilaku masyarakat untuk menikmati film di bioskop. Masyarakat masih harus mendatangi lokasi bioskop secara langsung untuk memesan dan mencetak tiket secara manual. Selain itu, informasi terkait film-film di bioskop sulit diperoleh dan masyarakat tidak mendapatkan kepastian untuk mendapatkan kursi dan jam tayang yang

diinginkan. Hal ini menjadi keresahan bagi masyarakat untuk mendapatkan hiburan melalui film di bioskop secara cepat dan mudah (Nurhidayah et al., 2023). Maka dari itu, hadirilah inovasi untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menikmati film di bioskop secara cepat dan mudah melalui aplikasi yang tersedia pada telepon pintar untuk pemesanan tiket dan hidangan bioskop.

Berbagai jenis aplikasi yang telah tersedia saat ini untuk membantu masyarakat mendapatkan informasi film dan melakukan transaksi di bioskop dengan praktis tanpa perlu mengantri di loket. Beberapa jenis aplikasi pemesanan tiket bioskop yang sudah ada di Indonesia seperti MTIX, CGV Cinemas, Cinepolis Indonesia, dan TIX ID. Setiap aplikasi memiliki keunggulan dan fitur masing-masing yang dirancang untuk memberikan pengalaman terbaik bagi penggunanya. Aplikasi MTIX memberikan layanan “*Private Booking*” bagi penggunanya (Pengamatan aplikasi MTIX, 2025). Aplikasi CGV Cinemas menyediakan penawaran “*Flash Sale*” bagi pengguna (Pengamatan aplikasi CGV Cinemas, 2025). Di sisi lain, aplikasi Cinepolis Indonesia menyediakan layanan khusus reguler dan VIP (Pengamatan aplikasi Cinepolis Indonesia, 2025). Dan aplikasi TIX ID yang menyediakan fitur “*Watchlist*” untuk pengguna membuat daftar film yang ingin ditonton.

Salah satu aplikasi pemesanan tiket bioskop yang cukup menonjol saat ini adalah TIX ID, yang dikembangkan oleh PT Nusantara Elang Sejahtera. Perusahaan ini merupakan anak usaha dari PT Nusantara Elang Raya Sejahtera, yang sudah berdiri sejak tahun 1985 (Fadhilah & Quranisari, 2022). TIX ID pertama kali diluncurkan pada 21 Maret 2018 dan saat ini dipimpin oleh Sean JK

Kim. Sejak perilisannya, aplikasi ini terus berkembang dengan memperluas kemitraan dan memperbarui fitur untuk menyesuaikan kebutuhan pengguna.

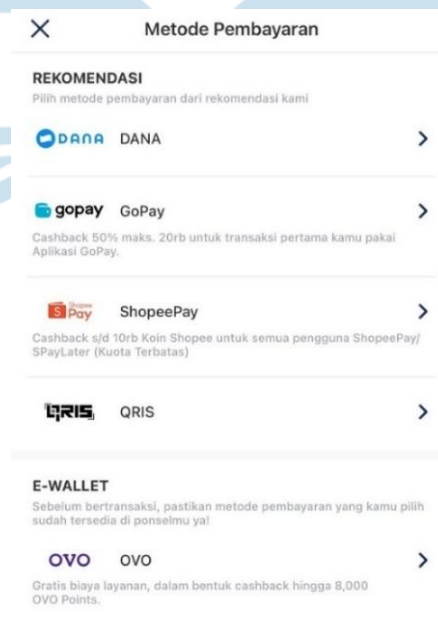
Kehadiran aplikasi TIX ID membawa berbagai kemudahan bagi pengguna dalam melakukan pemesanan tiket secara daring. Aplikasi TIX ID menyediakan fitur “*Watchlist*” bagi pengguna untuk menyimpan daftar film yang ingin ditonton, sehingga pengguna tidak kesulitan mencari film yang diinginkan. Keunggulan lainnya aplikasi TIX ID tidak hanya digunakan untuk satu merek bioskop saja, tetapi bisa digunakan di XXI, CGV Indonesia, dan lainnya. Fleksibilitas ini membuat aplikasi TIX ID menjadi pilihan yang nyaman bagi konsumen. Pada sisi selain layanan pemesanan tiket, aplikasi TIX ID juga menawarkan fitur tambahan seperti pemesanan makanan dan minuman secara daring, sehingga pengguna tidak perlu mengantri. Aplikasi TIX ID juga bekerjasama dengan berbagai dompet digital dan bank digital seperti ShopeePay, BRI, McDonald’s, DANA, BCA, dan lainnya untuk memberikan berbagai promo dan *voucher* menarik. Kelebihan lainnya TIX ID tidak hanya menjual tiket bioskop tetapi juga tiket konser, seperti pada gambar 1.3 merupakan “*event*” yang ditawarkan TIX ID kepada pengguna yang ingin ikut ke acara “2025 LEE MINHO ASIA FANMEETING TOUR ‘MINHOVERSE’ IN JAKARTA”.



Gambar 1.3 Fitur "Event" TIX ID

Sumber: Aplikasi TIX ID 2025 (Diakses pada 14 Maret 2025)

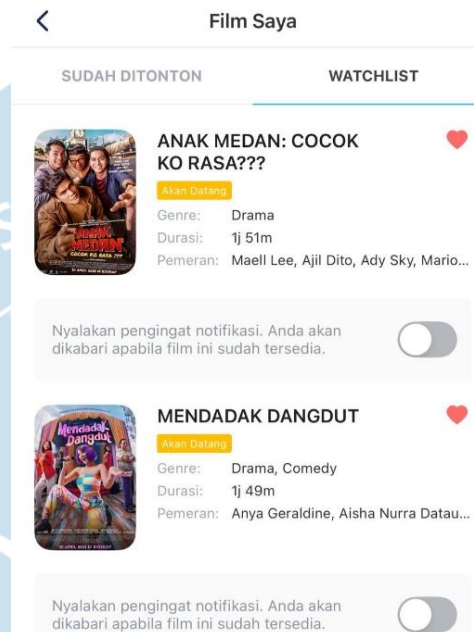
Dapat dilihat pada gambar 1.4, dari sisi fleksibilitas pembayaran TIX ID memberikan berbagai metode pembayaran yang dapat digunakan pengguna secara digital seperti DANA, GoPay, ShopeePay, QRIS, dan OVO.



Gambar 1.4 Metode Pembayaran TIX ID

Sumber: Aplikasi TIX ID 2025 (Diakses pada 10 Maret 2025)

Gambar 1.5 menjelaskan mengenai fitur “*Watchlist*” yang dapat digunakan pengguna untuk menyimpan film-film yang diinginkan tanpa kesulitan mencari film.



Gambar 1.5 Fitur "*Watchlist*" TIX ID

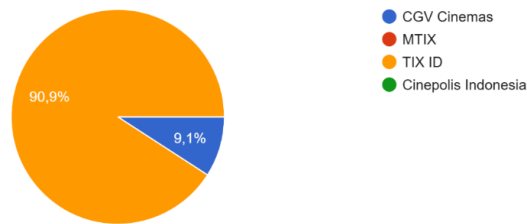
Sumber: Aplikasi TIX ID (Diakses pada 10 Maret 2025)

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku konsumen, terutama di kalangan Generasi Z dan milenial, yang semakin menggemari transaksi *online*. Generasi Z, yang lahir dan berkembang dengan perkembangan teknologi digital, memiliki referensi unik dalam belanja online (Permana et al., 2024). Sementara itu, milenial cenderung mencari keuntungan lebih banyak dengan usaha yang minimal (Rikantasari & Kholishudin, 2022). Perubahan perilaku ini juga tercermin dalam mereka membeli tiket bioskop. Aplikasi TIX ID menjadi pilihan bagi Generasi Z dan milenial karena menawarkan kemudahan dalam memilih film, jadwal tayang, dan kursi tanpa perlu mengantri.

Fitur-fitur ini sangat efektif dan efisien bagi mereka yang ingin menonton film tanpa kesulitan (Adhani et al., 2022). Pengalaman pribadi menggunakan aplikasi TIX ID sangat memudahkan untuk membeli tiket dan hidangan di bioskop secara praktis, tanpa perlu banyak tenaga dan waktu yang dibutuhkan. Aplikasi TIX ID juga sangat mudah dipahami mulai dari navigasi aplikasi, fitur-fitur, proses pemesanan, hingga memperoleh tiket maupun hidangan dengan sangat mudah.

Penelitian ini untuk menganalisis berbagai faktor yang mendorong konsumen melakukan pembelian ulang tiket bioskop menggunakan aplikasi TIX ID, menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori TAM membahas mengenai perubahan perilaku seseorang dalam menerima dan menggunakan teknologi dilihat dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan (Davis et al., 1989). Pada konteks aplikasi digital, kemudahan penggunaan berkaitan pada sejauh mana aplikasi tersebut mudah digunakan oleh pengguna, seperti kemudahan memahami navigasi, fitur aplikasi, sistem, dan lainnya (Wang et al., 2023). Selain itu, kegunaan yang dirasakan mengukur sejauh mana aplikasi tersebut dapat meningkatkan efisiensi waktu pengguna, kecepatan memperoleh barang atau layanan yang dibutuhkan, meningkatkan produktivitas pengguna, dan dan efektivitas (Nuralam et al., 2024). Dengan adanya aplikasi transaksi secara *online* untuk konsumen, dapat memberikan kemudahan, kegunaan dan kepuasan pada pengalaman konsumen dalam bertransaksi yang dapat mendorong niat pembelian ulang (Nuryani et al., 2022).

Aplikasi yang sering digunakan untuk membeli tiket bioskop
11 jawaban



Gambar 1.6 Hasil Pilot Test

Sumber: Pilot Test 2025 (Diakses pada 2 Maret 2025)

Gambar 1.6 merupakan hasil dari *Pilot Test* yang sudah dilaksanakan dan disebarkan ke 11 responden. Dibandingkan beberapa jenis aplikasi pembelian tiket bioskop secara *online*, TIX ID menjadi salah satu aplikasi yang lebih banyak digunakan dan dikenal oleh masyarakat 90,9% sedangkan CGV Cinemas 9,1%. Aplikasi TIX ID menjadi solusi kebutuhan konsumen yang ingin memesan tiket dengan *smartphone* tanpa perlu mengantri untuk mendapatkan hiburan di bioskop. TIX ID juga bermitra dengan DANA untuk menyediakan beragam penawaran salah satunya penawaran potongan harga dengan pembelian tiket di aplikasi TIX ID dengan metode pembayaran melalui DANA (Azhar et al., 2024). Didukung dengan tabel 1.1 bersumber dari *App Store* menjelaskan bahwa TIX ID memiliki peringkat pertama dalam *App Store* yang memiliki *rating* 4,9 dan 159.000 penilaian dari masyarakat yang sudah mengunduh aplikasi TIX ID. Untuk aplikasi MTIX memiliki *rating* 4,8 dan 15.000 penilaian. Aplikasi CGV Cinemas Indonesia memiliki *rating* 4,4 dan 17.000 penilaian. Dan aplikasi Cinepolis Cinemas Indonesia memiliki *rating* 3,5 dan penilaian 2.200. Maka dari itu peneliti ingin menjadikan TIX ID sebagai objek yang ingin diteliti karena memiliki *rating* dan penilaian yang lebih tinggi dibandingkan dengan aplikasi lainnya.

Tabel 1.1

Rating dan Penilaian Aplikasi Pembelian Tiket Bioskop di App Store

No.	Jenis Aplikasi	Rating	Penilaian
1	TIX ID	4,9	159.000
2	MTIX	4,8	15.000
3	CGV CINEMAS INDONESIA	4,4	17.000
4	CINEPOLIS CINEMAS INDONESIA	3,5	2.200

Sumber: App Store 2025 (Diakses pada 14 Maret 2025)

Gap pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang digunakan dari aspek objek, subjek, lokasi penelitian, dan jumlah responden yang digunakan. Objek penelitian ini adalah aplikasi TIX ID yang berfokus pada bidang industri hiburan di Indonesia, dengan subjek penelitian pengguna aplikasi TIX ID yang sudah melakukan pembelian satu hingga tiga bulan terakhir. Berbeda dengan penelitian Nuralam et al. (2024) yang membahas kemudahan penggunaan, kegunaan, dan kepuasan konsumen yang mempengaruhi niat pembelian ulang pada *E-Commerce* Shopee dan Tokopedia di Indonesia sebagai objek penelitian. Subjek penelitiannya pengguna aplikasi Shopee dan Tokopedia, dengan jumlah responden penelitian 300 responden. Selain itu berbeda juga dengan penelitian Cuong (2023), yang membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja online yang dapat mendorong niat pembelian ulang di Vietnam. Dengan meneliti 312 responden yang menghasilkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi kemudahan penggunaan dan kegunaan sehingga mendorong niat pembelian ulang di Vietnam. Sementara itu penelitian Songjin et al. (2024), membahas mengenai faktor yang mempengaruhi konsumen ingin terus membeli dan menggunakan produk *internet of things* seperti jam pintar dan vacuum di China dengan menguji 360 responden penelitian.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka penelitian ini ingin menguji teori TAM khususnya variabel pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID. Penelitian ini juga ingin menguji pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel yang memediasi dari variabel persepsi kemudahan penggunaan dan variabel kegunaan pada aplikasi TIX ID.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti ingin menemukan beberapa hal yang berkaitan dengan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen terhadap niat pembelian ulang dari aplikasi pembelian tiket bioskop *online* TIX ID melalui beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID?
2. Apakah persepsi kegunaan mempengaruhi niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID?
3. Apakah kepuasan konsumen mempengaruhi niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID?
4. Apakah persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi kepuasan konsumen menggunakan aplikasi TIX ID?
5. Apakah persepsi kegunaan mempengaruhi kepuasan konsumen menggunakan aplikasi TIX ID?

6. Apakah kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID?
7. Apakah kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin didapatkan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan yang dipengaruhi kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi terhadap niat beli ulang pada aplikasi pembelian tiket bioskop *online* TIX ID. Terdapat spesifikasi tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan aplikasi TIX ID.
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan aplikasi TIX ID.
6. Untuk menganalisis efek mediasi dari kepuasan konsumen terhadap pengaruh persepsi kemudahan penggunaan ke niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID.

7. Untuk menganalisis efek mediasi dari kepuasan konsumen terhadap pengaruh persepsi kegunaan ke niat pembelian ulang menggunakan aplikasi TIX ID.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap agar hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat positif yang terbagi menjadi dua:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dalam memperkaya pemahaman tentang *Technology Acceptance Model* (TAM), khususnya dalam konteks pembelian tiket bioskop melalui aplikasi TIX ID. Studi ini dapat memberikan wawasan tambahan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi di sektor hiburan terkhususnya bioskop di Indonesia. Secara spesifik, penelitian ini menjelaskan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepuasan konsumen, dan niat pembelian ulang agar mampu menjadi pedoman dalam penulisan selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembang aplikasi TIX ID dan layanan serupa dalam meningkatkan kualitas platform TIX ID. Dengan memahami bagaimana pengguna mendapatkan kemudahan penggunaan dan kegunaan dalam aplikasi, pengembang dapat mengoptimalkan fitur, serta meningkatkan pelayanan agar lebih efisien dan menarik agar mendapatkan kepuasan konsumen sehingga konsumen memiliki niat pembelian ulang. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu industri

hiburan di bidang bioskop dalam mengadaptasi teknologi digital. Untuk meningkatkan kenyamanan konsumen serta mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif, konsumen diharapkan melakukan pembelian ulang melalui aplikasi TIX ID. Penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan yang lebih baik untuk menggunakan aplikasi pembelian tiket film di bioskop, terkhususnya pada aplikasi TIX ID. agar bisa mendapatkan kemudahan, kegunaan, dan kepuasan.

1.5 Sistematika Penulisan

Peneliti melakukan penelitian dengan membagi ke dalam 5 bab, berikut merupakan penjelasan singkat mengenai sistematika penulisan dari penelitian ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini, peneliti menyajikan latar belakang permasalahan penelitian. Selain itu pada Bab ini menyajikan rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini, menjelaskan teori sebagai landasan dalam penelitian meliputi rangkuman penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini, membahas seluruh teknis mengenai penelitian. Isi dari bab ini meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan prosedur pengumpulan

data, metode pengambilan sampel, definisi operasional variabel, metode pengukuran data, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data penelitian.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini, peneliti menjelaskan hasil statistika deskriptif, hasil analisa disertai interpretasi data, hasil pembahasan dari pengolahan data yang membuat hasil akhir dari pengolahan hipotesis pada penelitian ini.

BAB V: PENUTUP

Bagian ini, peneliti menyajikan kesimpulan, implikasi manajerial, kelemahan dan saran penelitian kedepannya agar dapat menjadi pertimbangan dan berguna di berbagai pihak.