

Analisis pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap keinginan konsumen untuk menggunakan mobile ticketing di bioskop x = Influence analysis of perceived ease of use and perceived usefulness of consumer desire for using mobile ticketing in theaters x

Purba, Rebeka Meidiana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347724&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Sejak tahun 2010, penggunaan m-ticketing mulai diperkenalkan di Indonesia pada bioskop x untuk dapat mengatasi permasalahan sistem antrian yang panjang saat memesan tiket dengan cara konvensional seperti biasa. Ironisnya sistem antrian selama ini tidak efektif karena penonton harus mengantri dalam antrian yang cukup panjang dan cukup lama untuk mendapatkan tiket bioskop namun tidak jarang sebelum gilirannya membeli tiket, tiket yang ingin dibeli sudah habis terjual penonton yang sedang antri tidak mendapatkan informasi mengenai tiket yang masih tersedia.

Penelitian ini dilakukan dengan metode SPSS 14, mengambil sampel sebanyak 160 orang, dengan unit analisis masyarakat penggunaan mticketing di bioskop x yang berada di kawasan Jakarta yaitu, Megaria/Metropole, Gandaria, KelapaGading, Pondok Indah, danKampus UI, dilakukan pada bulan februari 2013-juni 2013.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh mobile ticketing knowledge terhadappersepsikemudahanmenggunakan m-ticketing, teradapat pengaruh compatibility terhadap persepsi kemudahan mengunakan m-ticketing dan persepsi kegunaan menggunakan m-ticketing, tidak ada pengaruh reachbility dan convenience terhadap persepsi kemudahan menggunakan dan persepsi kegunaan menggunakan m-ticketing, perilaku keinginan menggunakan m-ticketing dipengaruhi oleh persepsi kemudahan menggunakan m-ticketing.

*Since 2010, the use of m-ticketing was introduced in Indonesia in cinema x to be able to overcome the problems of the system are long queues when you book your ticket as usual conventional manner.*

*Ironically for a queuing system is not effective because the audience had to queue up in a long queue and long enough to get tickets before the movie, but not infrequently turn to buy tickets, tickets to be purchased are sold out audiences that are in the queue do not get information about tickets still available.*

*This research was conducted was conducted using SPSS 14, taking a sample of 160 people, with the unit of analysis, and the use of m-ticketing in cinema x which is in the Jakarta area, Megaria / Metropole, Gandaria, KelapaGading, Pondok Indah, and the UI campus this research doing start from February until June 2013.*

*The results of this study concluded that there are significant knowledge of mobile ticketing to ease the perception of using m-ticketing, teradapat compatibility influence the perceived ease of use mticketing dang perception of the usefulness of using m-ticketing, there is no influence reachbility and convenience to the perceived ease of use and perceived usefulness use m-ticketing, behavioral willingness to use m-ticketing is influenced by perceived ease of use m-ticketing.*