

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Perpindahan Pembelian Tiket Bioskop dari Konvensional ke Mobile Applications berdasarkan Teori Push-Pull-Mooring = Analysis of Factors Influencing User's Switching Intention to Purchase Movie Tickets from Conventional to Mobile Applications Based on Push-Pull-Mooring Theory

Firman Edo Junyet, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920542744&lokasi=lokal>

Abstrak

Pandemi COVID-19 telah berperan menjadi faktor dalam mengubah kebiasaan pembelian tiket di seluruh dunia, dari konvensional ke mobile application pembelian tiket bioskop. Hal ini juga berlaku pada tiket bioskop untuk menonton film di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Platform pembelian tiket digital yang ada saat ini, menawarkan berbagai macam kemudahan kepada pembeli. Meskipun demikian, masih cukup banyak pembeli yang masih bertahan untuk membeli tiket secara konvensional. Masih rendahnya nilai konversi ini, menunjukkan adanya faktor penghambat dalam adopsi teknologi pembelian tiket yang lebih modern. Berdasarkan isu tersebut, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh terhadap keputusan masyarakat Indonesia dalam memilih layanan mobile application untuk membeli tiket bioskop. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Push-Pull-Mooring (PPM). Data kuantitatif yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah 520 responden yang mengisi kuesioner dan 30 narasumber sebagai sumber data kualitatif. Data kuantitatif yang diolah menggunakan metode PLS-SEM, dan data kualitatif diolah dengan metode content analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, push factor, pull factor, dan mooring factor berpengaruh terhadap switching intention ke mobile application pembelian tiket bioskop. Manfaat penelitian ini adalah untuk menjadi referensi penelitian selanjutnya, dan referensi untuk pihak pengembang aplikasi mobile tiket bioskop dalam meningkatkan layanan pembelian tiket bioskop.

.....The COVID-19 pandemic has played a role in changing ticket purchasing habits worldwide, shifting from conventional methods to mobile applications for buying cinema tickets. This trend is also evident in cinema ticket purchases globally, including in Indonesia. The current digital ticket purchasing platforms offer various conveniences to buyers. However, there is still a significant number of buyers who continue to prefer purchasing tickets through conventional means. The low conversion rate indicates the presence of inhibiting factors in the adoption of more modern ticket purchasing technology. Based on these issues, the author conducted research to identify the factors influencing the decision of Indonesian society in choosing mobile applications for buying cinema tickets. The theoretical framework used in this research is the Push-Pull-Mooring (PPM) model. Quantitative data collected for this study involved 520 respondents who completed a questionnaire, and qualitative data were obtained from 30 informants through content analysis. The quantitative data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method, while qualitative data were processed using content analysis. The results of this research indicate that push factors, pull factors, and mooring factors influence the switching intention to use mobile applications for purchasing cinema tickets. The benefits of this research include serving as a reference for future studies and as a guide for developers of mobile cinema ticket applications in

enhancing cinema ticket purchasing services.