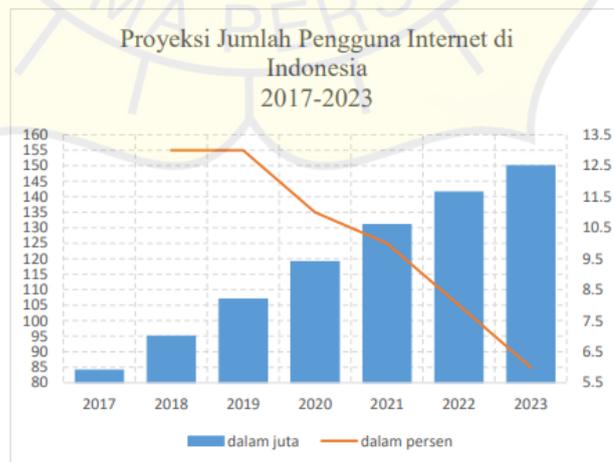


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan sistem informasi saat ini telah banyak membawa perubahan di berbagai bidang kehidupan manusia seperti bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya. Salah satu teknologi dan sistem informasi yang berkembang saat ini adalah internet, karena dengan adanya internet semua kebutuhan manusia dapat terpenuhi dengan lebih cepat dan mudah. Internet telah menjadi kebutuhan bagi sebagian besar manusia. Menurut *We Are Social* 2020, jumlah pengguna internet di dunia pada Januari 2020 sebanyak 4,54 miliar jiwa, jumlah tersebut telah lebih dari setengah populasi dunia yaitu sebanyak 7,75 miliar jiwa. Jumlah pengguna internet secara terus-menerus mengalami kenaikan seiring dengan berjalannya waktu. Tidak berbeda halnya dengan Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia terus-menerus mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal tersebut diproyeksikan.



Gambar 1. 1 Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023

Sumber: statista.com

Berdasarkan Gambar 1.1, dapat diproyeksikan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari tahun 2017 yaitu sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan tahun 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Pada rentang tahun 2019- 2023, pengguna internet di Indonesia diproyeksikan mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2%. Dari penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa pengguna internet di Indonesia pada rentang tahun 2017- 2023 terus mengalami peningkatan. Besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mendorong munculnya fenomena baru di masyarakat, yaitu perilaku konsumen dalam hal berbelanja. Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang dinamis, yang berarti bahwa dapat mengalami perubahan seiring dengan berjalannya waktu.

Peningkatan pengguna internet tersebut membuat pelaku bisnis atau perusahaan-perusahaan memanfaatkan teknologi informasi untuk menciptakan bisnis baru dan mempermudah sebuah proses transaksi.

Keberadaan internet telah memicu kemunculan bisnis baru yang disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* adalah kegiatan yang transaksi bisnis secara online melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet. Menurut (Laudon & Traver, 2014) pada umumnya, *e-commerce* berarti transaksi yang terjadi dalam internet dan web. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh internet, internet sekarang sudah menjadi

trend sebagai media bertransaksi pada masyarakat luas. Hal ini terbukti dengan tingginya angka penjualan lewat internet. Penjualan melalui *e-commerce* pada tahun 2019 tercatat sebanyak 130 miliar US Dollars.

Semakin banyak nya masyarakat yang mencari hiburan dengan menonton film di bioskop saat ini, maka pemesanan tiket film di bioskop menjadi masalah yang penting. Ada sebagian masyarakat yang rela mengantri dari pagi untuk mendapatkan tiket film di sebuah bioskop. Pembelian secara online juga merambah ke bisnis bioskop. Pembelian tiket melalui online di Indonesia ternyata terus bertambah dari tahun ke tahun. Kontribusi pembelian online berkisar 20 hingga 30 persen. Pembelian tiket secara online dapat menarik perhatian dari konsumen karena beberapa hal, diantaranya pembelian tiket secara online lebih mudah diperoleh karena bisa melakukan pembelian kapan saja. Pembelian tiket melalui cara online juga fleksibel dan efisien, hal ini dapat dilihat dari pengguna diuntungkan dengan permasalahan waktu dalam melakukan pemesanan.

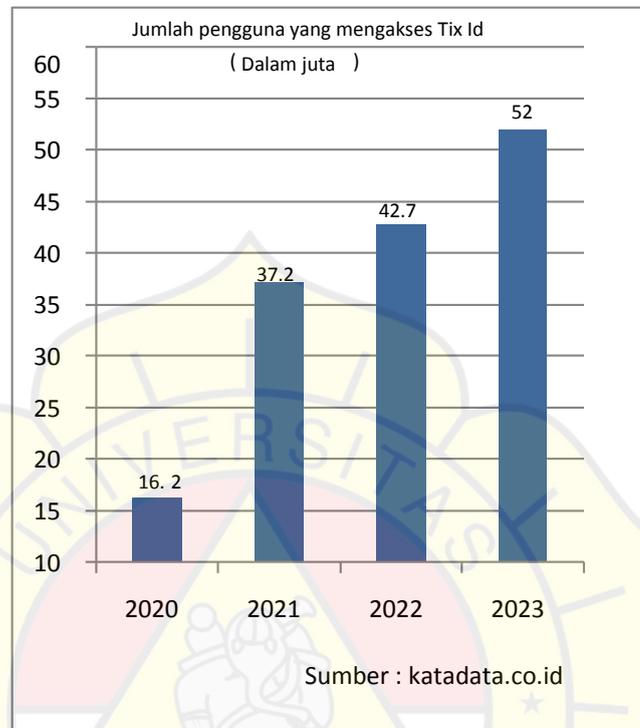
Salah satunya adalah sistem tiket online atau *e-ticket* adalah suatu cara yang digunakan dalam pembelian tiket melalui aplikasi atau website tanpa harus datang secara langsung. Sistem *e-ticket* ini telah dipergunakan diberbagai keperluan, seperti tiket untuk perjalanan, tiket hotel, tiket hiburan dan sebagainya. Banyak aplikasi online maupun web yang menyediakan berbagai pembelian tiket. Saat ini, telah terjadi pergeseran budaya pada pembelian tiket di bioskop, sebelumnya pembelian tiket di bioskop dilakukan dengan

mengantre panjang di loket, kini dapat dilakukan dengan membeli tiket melalui aplikasi yang ada di smartphone.

Seiring perkembangan bioskop di Indonesia saat ini sudah semakin maju, data Gabungan Pengusaha Bioskop Seluruh Indonesia (GPBSI) saat ini sudah berdiri 1.861 layar bioskop yang telah tersebar di Indonesia. Yang bukan lain menampilkan film dengan berbagai jenis genre baik buatan luar negeri maupun film buatan anak negeri, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana hiburan. (CNN Indonesia, Mei 2019). Menurut (Hermanto, 2017) hiburan sangat dibutuhkan bagi setiap individu untuk menghilangkan stres akibat efek dari terlalu banyak mengerjakan aktivitas.

Cineplex 21 group merupakan salah satu perusahaan pertunjukan bioskop di Indonesia yang telah mengembangkan layanan pembelian tiket berbasis internet. Hal tersebut dilakukan melalui jaringan bioskopnya yaitu Cinema XXI. Cineplex 21 membuat aplikasi buatannya sendiri dengan nama Cinema 21 yang rilis pada 26 Agustus 2015, dimana aplikasi menggunakan kartu kredit atau debit untuk membayar tiket bioskop. Dalam mengembangkan penjualannya, Cineplex 21 menggunakan vendor aplikasi pihak ketiga guna memaksimalkan penjualan tiket secara online yaitu berkerjasama dengan Tix Id. Tix Id merupakan aplikasi kedua yang bekerja sama dengan Cinemax 21. Selain bekerja sama dengan Cinemax 21, Tix Id juga bekerja sama dengan CGV pada 30 September 2019 sebagai salah satu perusahaan layanan pertunjukan bioskop di Indonesia. Salah satu aplikasi *e-ticket* bioskop di indonesia yaitu, Tix Id merupakan perusahaan dibidang penyedia jasa

penjualan tiket bioskop secara online berupa aplikasi yang bekerjasama dengan bioskop Cinema XXI dan CGV.



Gambar 1. 2 Jumlah Konsumen Yang Mengakses Tix Id Setiap Tahun

Sumber : kadata.co.id

Dari data berdasarkan kadata menyatakan bahwa jumlah konsumen Tix Id mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2021 jumlah konsumen Tix Id yang mengakses Tix Id hanya mencapai 16,2 juta orang. Jumlah tersebut meningkat pada tahun 2023 sebesar 52,5 juta orang . Pertumbuhan industri film Indonesia semakin menunjukkan kecenderungan positif. Kecenderungan positif tersebut salah satunya dapat ditinjau dari jumlah pengguna yang mengakses Tix Id mengalami pertumbuhan dan penambahan jumlah pengguna akibat dari minat beli pengguna Tix Id . menurut Hasan dalam Randi Saputra (2018:6)

mendefinisikan “Minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan keputusan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian”

Tabel 1. 1 Aplikasi E-Ticket Bioskop di Play Store 2022

No	Aplikasi E-Ticket Bioskop	Jumlah Pen-download Aplikasi	Tanggal Release Google Play Store
1.	TIX ID	10,000,000+	21 Maret 2018
2.	M-Tix	10,000,000+	26 Agustus 2015
3.	CGV Cinemas Indonesia	1,000,000+	18 November 2014
4.	BookMyShow	500,000+	01 Juni 2016

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa aplikasi mobile Tix Id merupakan aplikasi mobile berbasis Android yang diluncurkan oleh Tix Id sejak 21 Maret 2018 yang menawarkan layanan pemesanan tiket bioskop secara online. Aplikasi Tix Id dapat mengakomodir kebutuhan konsumen dalam memesan tiket bioskop melalui perangkat aplikasi tanpa harus lama mengantri serta bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun. Berdasarkan data dari *Google Play Store*, jumlah pen-*download* Aplikasi Tix Id berada pada kategori lebih dari 10 juta pemasangan. Meskipun Aplikasi Tix Id munculnya paling baru di bandingkan aplikasi *e-ticket* bioskop lainnya, Aplikasi Tix Id mampu menarik lebih banyak

calon pengguna dibandingkan pesaing lain yang muncul lebih lama. Banyaknya *pen-download* menunjukkan bahwa antusiasme pengguna di Indonesiaterhadap Aplikasi Tix Id tergolong sangat tinggi. menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11) *Digital marketing* merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi *digital* dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Yang dapat mempengaruhi *customer experience* yang dapat dilihat dari penelitian Santoso (2021) yang menyatakan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh terhadap *Customer Experience*. *Digital marketing* dapat mendorong reaksi sensorik, afektif, behavioral, dan intelektual, yang mengarah pada *customer experience*. Perusahaan juga dapat membangun *online customer experience* dengan mengembangkan strategi *digital marketing* di berbagai channel seperti *e-commerce*, *website*, hingga media sosial (Bilgihan, et al., 2016)

Pemesanan tiket bioskop secara online dapat mempersingkat waktu pelanggan dalam membeli tiket (Jones, 2011). Terdapat sejumlah antrian panjang untuk pembelian tiket bioskop dikasir bahkan bisa mencapai 200 orang atau lebih. Maka dari itu dalam struktur penjualan tiket, pemesanan tiket bioskop secara online merupakan hal yang baik karena dengan adanya pemesanan tiket secara online, akan mengurangi tingkat antrian dikasir pemesanan tiket bioskop tersebut. Keinginan masyarakat untuk memperoleh kemudahan dalam melakukan kegiatan sehari-hari mendorong pesatnya kemajuan teknologi. Seperti internet, dimana fakta yang tidak bisa ditolak sat ini yaitu hampir segala hal dapat diperoleh dengan (Hutahean & Purba, 2016).

Dengan kemajuan teknologi menggunakan internet seperti adanya mobile commerce memungkinkan seseorang untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi dengan bebas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Bawa, 2016).

Tix Id merupakan sebuah aplikasi pembelian tiket bioskop online yang bermain pada platform smartphone. Dimana pengguna dapat membeli tiket bioskop dimanapun dan kapanpun tanpa harus menunggu antrian. Konsep pembelian tiket bioskop diintegrasikan dengan pihak ketiga yaitu DANA sebagai konsep uang digital yang terintegrasi dengan beberapa aplikasi besar seperti Bukalapak dan Ramayana. Tix Id telah menjadi salah satu aplikasi entertainment yang paling berkembang pada tahun ini dengan pilihan bioskop yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia. Tix Id dirilis pada 21 Maret 2018 dan telah diunduh lebih dari lima juta pelanggan di *Apps Store* ataupun *Google Play Store* Selain itu dengan melakukan kerja sama dengan DANA pun, Tix Id memiliki promosi berupa potongan harga yang di tawarkan apabila melakukan pembelian tiket langsung melalui aplikasi Tix Id, dan potongan harga tersebut akan berlaku apabila pemesan melakukan pembayaran melalui Dompot Digital DANA.

Tabel 1. 2 Program Aplikasi TIX ID

No	Promo	Keterangan
1	Diskon 50% untuk tiket pertama	Promo dimulai pada pukul 10.00 waktu setempat
2	Diskon 50% untuk tiket kedua	Promo dimulai pada pukul 10.00 waktu setempat
3	Diskon 50%	Khusus Pengguna kartu kredit BCA
4	Diskon 70%	Khusus Promo dari DANA
5	Buy 1 get 1	Promo dimulai pada pukul 10.00 waktu setempat

Sumber : situs TIX ID,2021

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh TIX ID baru dimulai pada pukul 10.00 sehingga para pengguna yang ingin memesan dibawah jam tersebut tidak bisa mendapatkan promo atau diskon. Sebagai salah satu aplikasi untuk reservasi tiket bioskop online, popularitas Tix Id semakin meroket di Indonesia berkat kemudahan pembayaran dan akses ke smartphone.

Jika pengguna Tix Id ingin menonton di bioskop CGV harus mengaktifkan akun DANA terlebih dahulu melakukan pembayaran dikarenakan pembayaran hanya bisa dilakukan melalui aplikasi DANA, tetapi jika pengguna Tix Id ingin menonton di bioskop XXI maka ada metode pembayaran lain seperti kartu debit atau kredit. Saldo DANA itu sendiri dapat diisi menggunakan kartu debit, transfer bank, dan melalui outlet offline. Berkat kemudahan ini, banyak orang merasa mudah dalam membeli tiket di bioskop dengan aplikasi Tix Id.

Tix Id bekerja sama dengan teknologi lainnya yaitu dompet digital DANA yaitu tempat penyimpanan uang digital yang nantinya akan digunakan untuk pembayaran tiket bioskop online. Dengan hadirnya aplikasi penyimpanan digital DANA maka masyarakat lebih mudah melakukan pembayaran melalui digital atau tanpa melakukan pembayaran fisik dengan risiko yang lebih tinggi.

DANA yang merupakan Layanan Pembayaran *Digital* yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi elektronik dan dapat ditemukan di aplikasi BBM, TIX, dan Bukalapak dan dapat digunakan untuk transaksi belanja online (*e-commerce*), pembelian pulsa, pembayaran listrik hingga layanan lainnya yang terdapat di aplikasi. Aplikasi Tix Id telah diunduh oleh lebih dari 10.000.000++ pengguna di Indonesia melalui aplikasi *Play Store*, yang menunjukkan bahwa banyak masyarakat memilih Tix Id guna melakukan pemesanan tiket film yang di inginkan. Fenomena pada penelitian ini adalah Tix Id hadir dengan memberikan kemudahan dalam penggunaannya, yang juga dilengkapi dengan beberapa fitur yang ditawarkan pada aplikasinya sendiri dimana fitur dalam sebuah aplikasi berguna dalam membantu pengguna dalam melakukan

pengoperasian aplikasi dan dapat menjadi pertimbangan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Namun fitur yang ada pada aplikasi Tix Id tidak dilengkapi fitur pembayaran yang secara langsung dapat dilakukan pada aplikasi. Dalam melakukan pembayarannya, Tix Id menggunakan pihak kedua sebagai metode pembayarannya yaitu Dompot *Digital* DANA, dimana ketika calon konsumen akan memesan tiket film pada aplikasi Tix Id sebelum melakukan pembayaran calon konsumen harus memiliki akun DANA dan sudah memiliki saldo DANA yang cukup untuk membeli tiket tersebut.

Tabel 1. 3 Keluhan Customer Experience Pengguna Transaksi TIX-ID

No	NAMA	KELUHAN
1.	Desi	Sebenarnya bagus bgt aplikasinya, terbantu buat pesen tiket tanpa harus antri di bioskop apalagi kalo filmnya yang ditunggu banyak orang. Cuma satu aja sih, tolong perbanyak sarana pembayarannya. Ga semua orang pake dana
2.	Doanta	Saya saat ingin membeli tiket disini,katanya semua sudah terisi bangkunya. Tapi pas Dateng langsung ke XXI,masih ada 2 bangku. Lokasi saat saya memilih bioskop di TIX Id,dan bioskop yang saya kunjungi padahal Sama.

3.	Ari Fidiansyah	Gak bisa ubah jam nonton padahal masih lama buat tanggal 10 ya udah pasrah aja aplikasinya saklek namanya orang ada salahnya jam dan waktu pesan, tiket pesawat aja bisa ubah tanggal hotel bisa ini nonton gak bisa
4.	Bella Natasyah	Pas mau pesan tiket dan pilih bangku, loading lamapadahal sinyal bagus, tiba-tiba bangku yang dipilih langsung kosong. Beberapa saat sudah pilih bangku
5.	Risky Afdila	Aplikasi rusak, dana sudah masuk 156 ribu, untuk pembelian 4 tiket beserta adminnya, tapi tidak kunjung ada kejelasan nomor bookingnya, tiba sampai film dimulai, tiba tiba tiket online hilang sendiri lalu di bioskop gabisa masuk kalau gaada bukti yang lain, dan bayar. Tiba-tiba bangku yang dipilih pas awal tersedia lagi.
6.	Kevin Chrysandro	Tampilan ui bagus simple ga kek sebelah,tp tolong dong metode pembayarannya ditambah jgn cmn pakaidana aja

7.	Vrisko Vachruddin	Aplikasinya merugikan, error nya lama, pesen tiket dri jam 9 pagi, uang di dana sudah terpotong, eh sudah berangkat ke bioskop jam 1 sampai sana kok ya uangnya di refund dengan alasan kursi yg diinginkan tidak tersedia, jdi gak dapet kursi deh.
8.	Andini Khayla	Pesen tiket dibangku nomor berapa, yang ke print nomor berapa, hadeuh jelek banget sistem error nyannton jadi gaasik
9.	Rofiqoh Rahmah	Aplikasi eror pas mau scan tiket. Ini posisi aku ga ss tiketnya, nunggu hampir setengah jam notif bisa dibuka baru bisa masuk. Ga recomended banget, sering banget errornya.
10.	Yetro Valentino	Sangat membantu untuk pembelian tiket, sekedar saran tolong untuk pembayaran bisa di perluas kerja samanya entah dari shopee pay,gopay dan sebagainya karena aplikasi dana lemot dan top up saya selalu gagal jadi saya kasih bintang 3 dulu nanti kalau ada opsi selain dana saya up lagi.

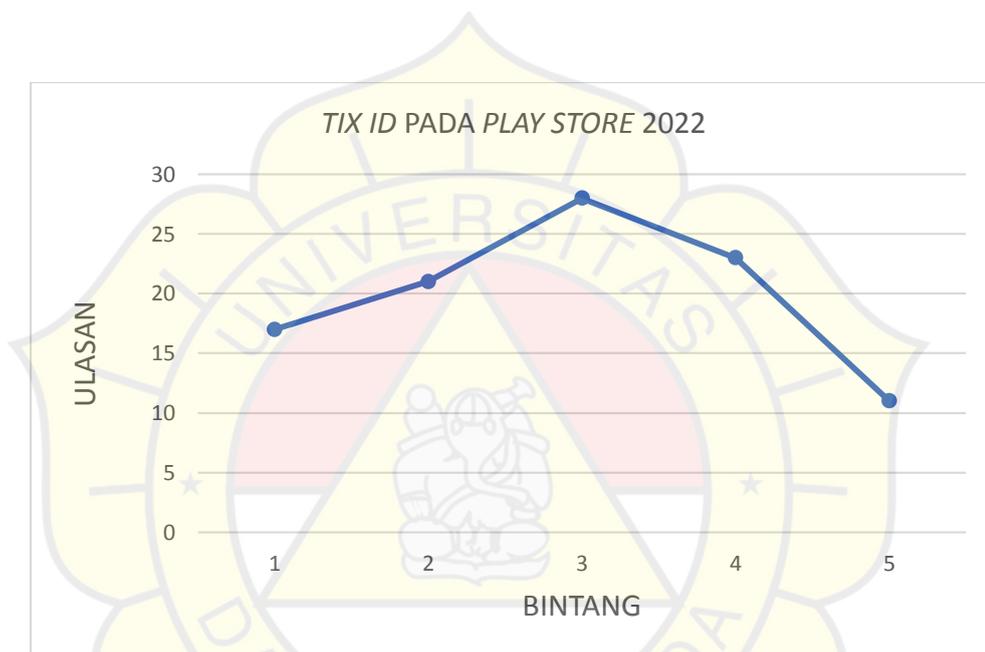
11	Mach Prat	<p>Penukaran loyaltix itu disediakan tiap waktu dong, masa harus menunggu mulu, lalu hangus hanya karena pilihan penukaran yang sedikit. Bagus pengumpulan poin apl disebelah..batas waktu lebih lama dan penukaran bisa kapan saja.</p>
12	M.Iqbal Firmansyah	<p>Bintang 3 dulu ya. Semua udah oke cuma 1 hal, poin loyaltix nya buat apa dong klo cuma dikumpulin tapi gak bisa dipake trus hangus (masih menunggu). Saya kira hanya karena belum diperbaharui, tetapi tidak. Mohon segera beri fiturnya. Terima kasih.</p>
13	Theodorus Tjatradinin grat	<p>Udah empat tahun pake TIX ID dan senang karena bisa melihat dulu ketersediaan kursi sebelum membeli tiketnya. Hanya biaya adminnya lebih mahal dari pesaingnya, tapi okelah, udah suka dengan TIX ID.</p>
14	Aqilla Fadia Haya	<p>Kenapa tidak bisa untuk mengaktifkan dana di aplikasi tix? Tulisan nya tertera koneksi internet tidak stabil, padahal internet saya lancar 4G pula. Diperbaiki dong itu kenapa, dana saya juga ada saldonya. Perbaiki gak lu! Gw kasih bintang 1 nihh</p>

15	Luluk Hafidhotul ilma	<p>Saya kasih bintang 1 dengan alasan : 1. Saldo di aplikasi dana dan tix id tidak sesuai ... jika uang saldo kurang saldo tix id tidak bisa ditarik tunai sangat kecewa berbeda dengan dana saya lihat tutorial di YouTube saldo tix id dan dana sesuai sedangkan punya saya berbeda sangat kecewa!!!! 2. Harga tiket hari ini naik jadi 10 ribu biasanya 5 ribu alhasil uang nya kurang sedikit gara-gara aplikasi tix id ga bisa tarik saldo kalo bisa saya masih bisa transfer ulang masalahnya gabisa!!!!</p>
16	Rifki Adi	<p>Saya tidak bisa aktivasi dana, selalu muncul notif pastikan koneksi stabil, padahal ini pakai wifi internet data jga stabil tolong segera perbaiki buat developernya</p>
17	riyanef	<p>Metode pembayaran tidak variatif, sangat kolot. Saya tahu ini strategi marketing biar keuntungan lebih banyak di Dana sama TIX ID, tapi ya ngga gini2 juga. Masa kita harus tup up kelipatan 50 rb, sedang dana ga pernah dipakai transaksi. Sala pilih partner aplikasi ini.</p>

18	Maulidah Fittaurina	Pembayaran ribet. Pembayaran pakek Dana, gak bisa isi sesuai kebutuhan aja. Kan kalo langsung pembayaran melalui mbanking langsung kaya shopee kan enak. Ini nggak. Pakek danalah apalah. Ribet.
19	Wisnu Cahyoaji	Baru pertama kali pakai dan sudah kecewa. Saya sudah pesan tiket jauh hari. Giliran sudah di bioskop, tempat duduk sudah disalip sama orang yg beli tiket offline. Gak akan pakai ini aplikasi 🐢
20	Riski ★ Alwan	Min ini opsi pembayarannya hanya lewat Dana apa ad opsi lain ya.... ??, menurut sya ini aga menyulitkan buat org ya ga punya dana si, saran sya diperbanyak opsi lain seperti lewat alfa/indomaret atau lewat kartu kredit agar semua org bisa make tanpa harus punya akun dana dlu..., itu aja si kyanya

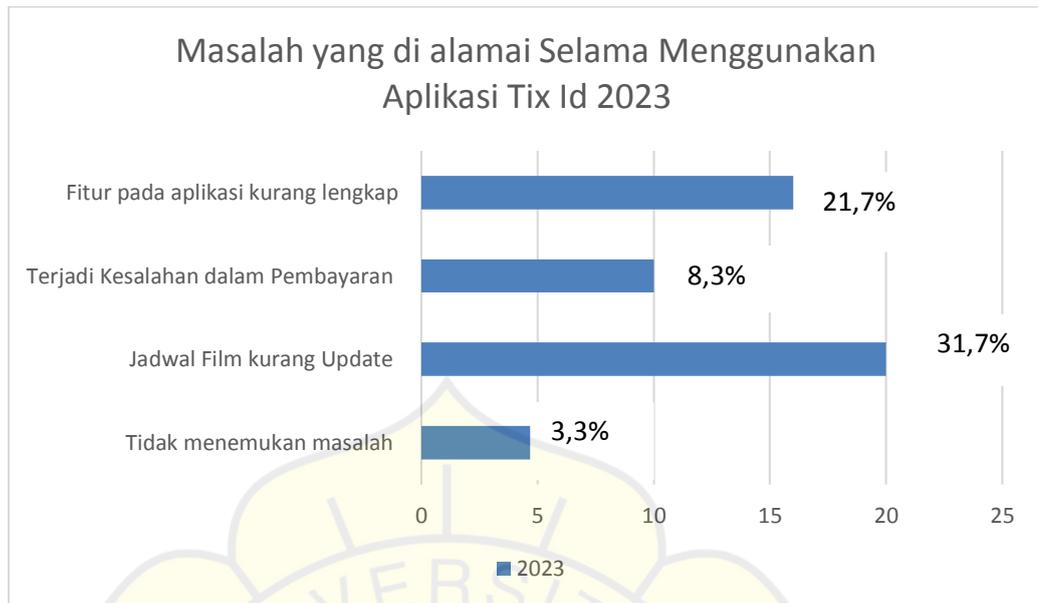
Beberapa dari contoh komentar yang di dapat dari komentar Play Store Tix Id 2022, pada Tabel 1.3 tidak dipungkiri bahwa dalam pemesanan e-tiket masih banyak memiliki keluhan yang berpengaruh terhadap *customer experience* pada penggunaan layanan pemesanan e-tiket Tix Id. walaupun banyak keluhan dalam pemesanan tiket di aplikasi Tix Id tapi masih banyak konsumen yang masih membeli tiket di aplikasi Tix id menurut Shaw & Hamilton (2016:8)

customer experience merupakan persepsi pelanggan tentang interaksi rasional, fisik, emosional, alam bawah sadar, dan interaksi psikologis dengan bagian dari sebuah organisasi. dari keluhan *customer experience* tersebut mempengaruhi minat beli yang dapat dilihat dari penelitian Mustika dkk (2023) yang menyatakan *customer experience* mempunyai pengaruh terhadap minat beli .



Gambar 1. 3 Ulasan Pengguna Transaksi Tix-Id 2022

Berdasarkan data dari playstore aplikasi Tix Id menjelaskan bahwa pelanggan yang memberikan Bintang 3 pada aplikasi Tix Id di play store sebanyak 28 orang yang memberikan Bintang 1 16 orang , yang memberikan Bintang 2 sebanyak 21 orang yang memberikan Bintang 4 sebanyak 24 orang dan yang memberikan Bintang 5 sebanyak 11 orang sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak pelanggan yang memberikan Bintang 3 pada aplikasi Tix Id sebanyak 28 orang jadi banyak pelanggan yang kurang puas terhadap pelayanan aplikasi Tix Id dalam pembelian tiket bioskop secara online



Gambar 1. 4 Masalah yang di alami Selama Menggunakan Aplikasi Tix Id 2023

Sumber: Course Hero

Dari Data tersebut mengenai kendala selama menggunakan aplikasi Tix Id selama tahun 203 diantaranya 21,7% yang berkendala pada fitur aplikasi yang kurang lengkap, 8,3% terjadi kesalahan dalam pembayaran , 31,7% jadwal film kurang update , 3,3 % tidak menemukan masalah dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna Tix Ide yang merasa jadwal di aplikasi tix ide kurang di update setiap harinya dengan total 31,7% sehingga dapat mempengaruhi minat beli yang dapat dilihat dari penelitian Zahra & Sukmalengkawat (2022) yang menyatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif terhadap minat beli .

Berdasarkan permasalahan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini guna mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap *customer experience* dan dan berdampak pada kepuasan pelanggan , sehingga penulis

memutuskan judul penelitian yaitu “PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI MELALUI *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA PESANANAN *E- TICKET* BIOSKOP (STUDI KASUS PENGGUNA TIX ID DI JAKARTA TIMUR)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Dengan seiring berkembangnya kemajuan teknologi yang terus berkembang menciptakan berbagai macam, salah satunya adalah sistem tiket online atau *e-ticket* adalah suatu cara yang digunakan dalam pembelian tiket melalui aplikasi.
2. Dari peringkat bintang yang terdapat *Play Store* di atas pada pemesanan e-tiket bioskop Tix Id yang diberikan oleh *customer* terdapat berbagai macam ulasan. Dan dengan adanya pengalaman *customer* ini, sehingga dapat mengetahui keluhan *customer* apa saja yang terdapat pada pelayanan yang berdampak pada minat beli Tix Id.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar pembah asan penelitian dapat berfokus pada permasalahan, maka disajikan batasan penelitian sebagai berikut:

1. Pembatasan masalah sangatlah penting karena dapat digunakan untuk mengumpulkan data dan mengarahkan analisis dan memanilisir masalah. Oleh karena itu penulis membahas batasan masalah dalam penelitian ini

yaitu adapun variabel dalam penelitian ini adalah *digital marketing* (X), *customer experience* (Y), dan minat beli (Z).

2. Adapun lokasi di Jakarta Timur sebagai tempat penelitian, dengan subjek karakteristik responden yang melakukan pembelian tiket bioskop di Tix-Id minimal 1 kali dalam 2 bulan terakhir.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian yang di jabarkan di atas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap *customer experience*?
2. Bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap minat bel?
3. Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap minat beli?
4. Bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli melalui *customer experience*?

1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *digital marketing* dengan *customer experience* pada pemesanan e-tiket bioskop Tix Id di Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *digital marketing* terhadap minat beli pada pemesanan e-tiket bioskop Tix Id di Jakarta Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *customer experience* terhadap minat beli pada pemesanan e-tiket bioskop Tix Id di Jakarta Timur.

4. Untuk mengetahui pengaruh antara *digital marketing* terhadap *customer experience* melalui minat beli pada pemesanan *e-tiket* bioskop Tix Id di Jakarta Timur.

1.6 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian mengenai pengaruh *digital marketing* terhadap *customer experience* melalui minat beli pada pemesanan *e-tiket* Tix Id memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini merupakan suatu sarana untuk memperaktekan teori-teori yang sudah diperoleh semasa perkuliahan dengan fakta yang ada di lapangan dan untuk memperluas pengetahuan tentang *digital marketing*, *customer experience*, dan minat beli

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli melalui *customer experience* pada pemesanan e-tiket bioskop Tix Id di Jakarta Timur.