

**PENGARUH PROMOSI DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BIOSKOP PADA  
APLIKASI TIX ID (STUDI KASUS PADA PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**Indah Sari Ningrum**

**202010325365**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2024**

**PENGARUH PROMOSI DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BIOSKOP PADA  
APLIKASI TIX ID (STUDI KASUS PADA PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**Indah Sari Ningrum**

**202010325365**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan *Electronic Word Of Mouth* (*E-WOM*) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Pada Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Indah Sari Ningrum

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325365

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

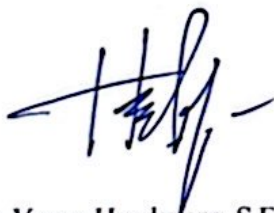
Konsentrasi : Pemasaran

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 30 Januari 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

Pembimbing II



Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M

NIDN. 0331078303

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Pada Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Indah Sari Ningrum

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325365

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 30 Januari 2024

### MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., MM  
NIDN. 0329048302

Sekretaris Tim Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M  
NIDN. 0327128105

Penguji : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M  
NIDN. 0318087101



### MENGETAHUI

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.  
NIDN. 0327037601



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak  
NIDN. 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Pada Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang dimana sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 22 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Indah Sari Ningrum

202010325365

## ABSTRAK

**Indah Sari Ningrum, 202010325335. Pengaruh Promosi Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Pada Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh promosi dan *electronic word of mouth (E-wom)* terhadap keputusan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID (Studi kasus pada prodi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Teknik Pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang pernah menggunakan aplikasi TIX ID. Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar ke 110 responden, metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *Electronic Word Of Mouth (E-wom)* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID. Secara koefisien determinasi variabel promosi dan Electronic Word Of Mouth memiliki pengaruh sebesar 55,4% terhadap keputusan pembelian dan sisanya sebesar 44,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci : Promosi, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Keputusan Pembelian**

## ***ABSTRACT***

***Indah Sari Ningrum, 202010325335. The Influence of Promotion and Electronic Word Of Mouth (E-WOM) on Cinema Ticket Purchasing Decisions on the TIX ID Application (Case Study of Management Study Program of Bhayangkara University Jakarta Raya).***

*This study aims to measure the effect of promotion and electronic word of mouth (E-wom) on cinema ticket purchase decisions on the TIX ID application (Case study in the management program of Bhayangkara University, Greater Jakarta). The sampling technique used in this study was students of Bhayangkara University Jakarta Raya who had used the TIX ID application. The data collection tool in this study used a questionnaire distributed to 110 respondents, the data analysis method used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate partially that promotion has a significant effect on purchasing decisions and Electronic Word Of Mouth (E-wom) has a significant effect on purchasing decisions for movie tickets on the TIX ID application. In the coefficient of determination, the promotion and Electronic Word Of Mouth variables have an influence of 55.4% on purchasing decisions and the remaining 44.6% is influenced by other variables outside this study.*

***Keywords: Promotion, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Purchasing Decisions***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Melalui skripsi ini peneliti meneliti bagaimana **“Pengaruh Promosi dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID ( Studi Kasus Pada Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya )”**. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis guna menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat untuk pembaca yang mencari referensi bahan bacaan. Peneliti menyadari dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Inspektur Jenderal Polisi (P) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam penyelesaian skripsi.
5. Dr.Ari Sulistyowati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam penyelesaian skripsi.
6. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberi ilmunya kepada peneliti dari awal memasuki perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk kedua orang tua peneliti, Ayah Nur Khamid dan Ibu Sumyati, yang selalu memberikan dukungan moril dan materil kepada peneliti dari awal memasuki perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.



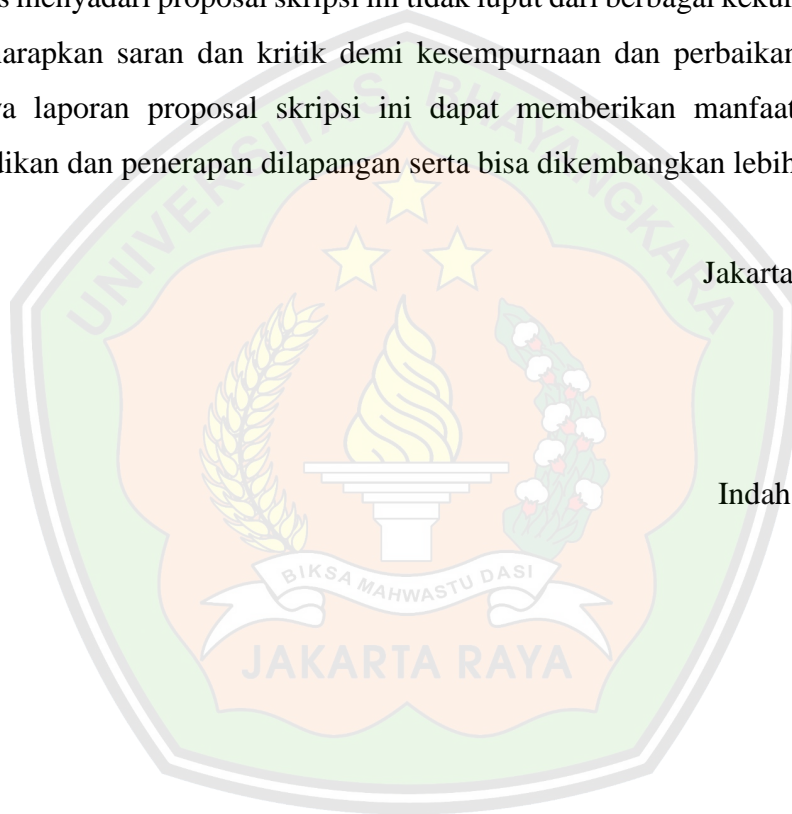
8. Untuk Tegar Azis selaku rekan terdekat peneliti yang selalu mendukung dan menemani peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Untuk Angelina Virgilia, Kukuh Bhagaskara, Dika Lega, Anggita Amalia, Koyot Project selaku Teman peneliti yang telah memberikan dukungan, ilmu dan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Untuk Teman dan sahabat serta saudara yang telah memberikan dukungan, semangat dan do'a untuk kelancaran peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang Pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.

Jakarta, Januari 2024

Penulis

Indah Sari Ningrum



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.1 Definisi Bauran Pemasaran.....	13
2.1.2 Konsep Bauran Pemasaran.....	14
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Pemasaran.....	17
2.2 Bauran Promosi.....	18
2.2.1 Definisi Bauran Promosi.....	18
2.2.2 Unsur-Unsur Bauran Promosi.....	19
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	20
2.3 Keputusan Pembelian.....	22
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2 Faktor – Faktor Keputusan Pembelian.....	24

2.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.4 Promosi.....	25
2.4.1 Definisi Promosi.....	25
2.4.2 Tujuan Promosi.....	26
2.4.3 Indikator Promosi.....	27
2.5 <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	27
2.5.1 <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	27
2.5.2 Tahapan <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	28
2.5.3 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	29
2.6 Telaah Empiris.....	29
2.7 Kerangka Konseptual.....	35
2.8 Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1 Desain Penelitian.....	40
3.2 Tahapan Penelitian.....	41
3.3 Model Konseptual.....	41
3.3.1 Definisi Konseptual Promosi (X1).....	41
3.3.2 Definisi Konseptual <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2).....	42
3.3.3 Definisi Konseptual Keputusan Pembelian (Y).....	42
3.4 Operasional Variabel.....	42
3.5 waktu dan Tempat.....	46
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	47
3.6.1 Populasi.....	47
3.6.2 Sampel Penelitian.....	47
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.8 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.9 Metode Analisis Data.....	50
3.9.1 Uji Validitas.....	50
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.10 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.10.1 Uji Hipotesis.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	55
4.1.2	Visi dan Misi.....	56
4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	56
4.3	Identitas Responden.....	57
4.4	Uji Kualitas Data.....	59
4.4.1	Uji Validitas.....	59
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	61
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	63
4.5.1	Uji Normalitas.....	63
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	65
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.6.1	Uji T (Uji Parsial).....	68
4.6.2	Uji F (Uji Simultan).....	70
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
<b>BAB V</b>	<b>PENUUTUP.....</b>	<b>76</b>
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Survey Pengguna Aplikasi TIX ID pada prodi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	42
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuisisioner.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa Semester.....	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Promosi (X1).....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Electronic Word Of Mouth (X2).....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X1).....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Electronic Word Of Mouth (X2).....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linear Berganda.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji T (Parsial).....	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet Indonesia 2023.....	2
Gambar 1. 2 Rating dan Ulasan TIX.ID.....	6
Gambar 1. 3 Keluhan Konsumen TIX.ID.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3. 1 Model Konseptual.....	35
Gambar 4. 1 Logo TIX ID.....	48
Gambar 4. 2 Grafik Normal P-P Plot.....	57
Gambar 4. 3 Grafik Scatter Plot.....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Tabulasi Data

Lampiran 5 Hasil Uji SPSS

Lampiran 6 Buku Bimbingan

Lampiran 7 Formulir Pendaftaran Sidang Skripsi

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

