

# Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID

Online Ticketing  
System and  
Purchase Decision

1

**Muhammad Irsyad Fauzan dan Sujana**

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan  
E-Mail: sujana@ibik.ac.id

Submitted:  
SEPTEMBER 2021

Accepted:  
JANUARI 2022

## ABSTRACT

The era of modernization is now increasingly demanding people to adapt to all forms of technology, one of which is a businessman. Many business people are competing to use the internet to promote their business. This study discusses the use of the TIX ID application which also presents the digital world in ordering cinema tickets online. The purpose of this study was to determine: 1) the effect of the completeness of the application features on the purchase decision of cinema tickets on the TIX ID application in the city of Bogor, 2) the effect of ease of transaction on the decision to purchase a cinema ticket on the TIX ID application in the city of Bogor, 3) the effect of price discounts on the purchase decision of cinema tickets on the TIX ID application in the city of Bogor, 4) the effect of the completeness of the application features, ease of transactions, and price discounts affect the purchase decision. This study uses independent variables (completeness of application features, ease of transaction, and discounted prices) and the dependent variable (purchase decision). The method used in this research is a quantitative approach. With a total of 215 respondents selected were TIX ID application users in the city of Bogor. To analyze and process data, this study uses LISREL version 8.80 and SPSS version 23. Based on the research, it can be concluded that; 1) completeness of the application features has a positive and significant effect on purchasing decisions by 31% with the acquisition of t-count 4.42, 2) ease of transaction has a positive and significant effect on purchasing decisions by 32% with the acquisition of t-count 4.75, 3) the price discount has a positive effect and significant to the purchase decision of 45% with the acquisition of t-count 2.82, 4) the completeness of the application features, ease of transaction, and discounted prices simultaneously influence the purchase decision of 89%.

**Keywords:** completeness of application features, ease of transaction, discounted prices, purchasing decision

## ABSTRAK

Era modernisasi saat ini sudah semakin menuntut masyarakatnya untuk beradaptasi dengan segala macam bentuk teknologi, salah satunya ada pebisnis. Banyak pebisnis yang berlomba memanfaatkan internet untuk mempromosikan bisnisnya. Penelitian ini membahas penggunaan aplikasi TIX ID yang turut menghadirkan dunia digital dalam pemesanan tiket bioskop secara online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) pengaruh kelengkapan fitur aplikasi terhadap keputusan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID di kota Bogor, 2) pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID di kota Bogor, 3) pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID di kota Bogor, 4) pengaruh kelengkapan fitur aplikasi, kemudahan transaksi, dan potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan variabel independen (kelengkapan fitur aplikasi, kemudahan transaksi, dan potongan harga) dan variabel dependen (keputusan pembelian). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dengan jumlah 215 responden yang dipilih adalah

**JIKES**

Jurnal Informatika  
Kesatuan  
Vol. 2 No. 1, 2022  
page. 1-14  
IBI Kesatuan  
ISSN 2807-4335  
DOI: 10.37641/jikes.v2i1.1377

pengguna aplikasi TIX ID di kota Bogor. Untuk menganalisis dan memproses data, penelitian ini menggunakan LISREL versi 8.80 dan SPSS versi 23. Berdasarkan penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa; 1) kelengkapan fitur aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 31% dengan perolehan t-hitung 4.42, 2) kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 32% dengan perolehan t-hitung 4.75, 3) potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 45% dengan perolehan t-hitung 2.82, 4) kelengkapan fitur aplikasi, kemudahan transaksi, dan potongan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 89%.

**Kata kunci:** *Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Potongan Harga, Keputusan Pembelian*

## PENDAHULUAN

Era modernisasi seperti saat ini sudah semakin menuntut masyarakatnya untuk beradaptasi dengan segala macam bentuk teknologi. Teknologi sudah menjadi kebutuhan manusia pada saat ini. Banyak sekali pergeseran yang terjadi, berawal secara tradisional kini bergeser menjadi modern. Kemajuan yang sangat pesat pada teknologi informasi memberi pengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Menurut data yang di dapat melalui survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2018, pengguna internet di Indonesia sebanyak 171,2 juta pengguna internet dari total populasi penduduk sebanyak 264,2 juta Penduduk, dan perangkat yang digunakan oleh pengguna internet melalui *mobile* yaitu 93,9% mengkonsumsi internet setiap hari, dengan persentase belanja online sebesar 5,5%. Pengaruh yang dapat dilihat adalah perubahan cara bertransaksi terutama dalam dunia bisnis. Salah satu yang menunjang kemajuan tersebut dengan hadirnya internet, yang membuat banyak pebisnis merubah cara bertransaksinya dari yang lama menjadi yang modern dengan proses yang lebih cepat.

Saat ini banyak pebisnis berlomba memanfaatkan internet dalam mempromosikan maupun melakukan kegiatan jual beli barang yang dijualnya, yang biasa di sebut *E-Commerce*. Beberapa fasilitas hiburan, salah satunya bioskop pun turut berpartisipasi, yaitu TIX ID yang merupakan aplikasi pemesanan tiket film terkemuka di Indonesia yang diluncurkan oleh PT Nusantara Elang Sejahtera dengan melakukan kemitraan dengan CINEMA 21 yang merupakan kelompok bioskop terbesar di Indonesia yang memulai kiprahnya di industri hiburan sejak tahun 1987 dan 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 5.000.000 pengguna di Indonesia melalui aplikasi PlayStore, 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.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan dengan 35 responden di Kota Bogor. TIX ID menempati peringkat ketiga dari empat pesaingnya yaitu CGV Cinemas, Cinemaxx, GO-TIX, dan BookMyShow dalam aspek kemudahan transaksi. Dilihat dari hasil survey tersebut, banyak responden yang merasa proses pembayaran pada aplikasi TIX ID tidak dapat dibilang mudah dalam penggunaannya di dibandingkan dengan 4 aplikasi lainnya.

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. Pada aspek tampilan aplikasi pun TIX ID menempati peringkat keempat dari 4 pesaing lainnya. Berdasarkan hasil survey yang diambil 30 responden tersebut, terdapat sebagian responden berpendapat tampilan aplikasi TIX ID tidak terlalu menarik untuk digunakan dibandingkan 4 aplikasi lainnya. Selain dari aspek kemudahan transaksi dan tampilan aplikasi, kelengkapan fitur yang dimiliki TIX ID menempati peringkat ketiga berdasarkan survey pendahuluan yang sudah dilakukan.

Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu digital marketing dengan menggunakan elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*). E- marketing memberikan kemudahan bagi marketer khususnya dalam berinteraksi dengan pelanggan, menyampaikan informasi ke pelanggan, memfasilitasi pertukaran ide, produk dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan komunikasi (pasar). Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009) Digital marketing merupakan kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog,web site,e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet. Pengertian sederhana mengenai digital marketing juga diberikan oleh Kotler (2009) yaitu, upaya mengkomunikasikan, mempromosikan dan menjual produk atau jasa melalui internet.

Tujuan penelitian ini adalah, untuk pengaruh kelengkapan fitur aplikasi, kemudahan transaksi, dan potongan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian tiket pada TIX ID.

### **Pengembangan Hipotesis**

Tjiptono (2002) mengatakan bahwa fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur dalam suatu aplikasi maupun produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, karena fitur produk melekat erat pada suatu produk dan seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Sebuah produk dapat ditawarkan dengan berbagai fitur. Sebuah model awal tanpa tambahan yang menyertai produk tersebut menjadi titik awalnya. Ketika suatu aplikasi dilengkapi dengan fitur yang dapat membantu dalam penggunaan aplikasinya, maka akan membuat calon konsumen tergugah dalam pemakaian aplikasinya dan mampu melakukan pembelian pada aplikasi tersebut. **H1 : Kelengkapan Fitur Aplikasi Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian**

Menurut Hildaria (2017) Kemudahan Transaksi akan menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian online. Faktor kemudahan pengguna ini berkaitan dengan bagaimana operasional cara berbelanja secara online. Meskipun belanja online memiliki banyak manfaat, namun kerumitan dalam berinteraksi dengan medianya dalam hal ini adalah aplikasi belanja online, bisa menjadi sesuatu yang membingungkan bagi penggunaannya. Kemudahan transaksi berhubungan dengan mudah tidaknya situs di gunakan oleh calon pembeli maupun mudah atau tidaknya dalam melakukan pembelian. Biasanya calon pembeli akan mengalami kesulitan pada saat pertama kali melakukan belanja online serta cenderung mengurungkan niatnya karena menemukan kesulitan dalam melakukan pembelian Saat ini banyak pengguna mengadopsi sistem yang lebih mudah digunakan. Kemudahan teknologi akan berdampak

atau mempengaruhi perilaku dan tindakan, semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi juga teknologi informasi dimanfaatkan, dan akan mempengaruhi keputusan pembelian pada aplikasi atau situs belanja online tersebut. **H2 : Kemudahan Transaksi Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian**

Harga adalah salah satu bauran pemasaran yang sering digunakan oleh perusahaan dalam membujuk konsumen untuk menggunakan produk mereka. Menurut Kotler dan Keller (2007), kebijakan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk, karena harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan. Jadi, tidak dapat dipungkiri bahwa harga merupakan suatu unsur penting, baik bagi perusahaan dalam mempengaruhi konsumen maupun bagi perusahaan dalam bertahan dalam persaingan. Potongan Harga pada industri saat ini seringkali digunakan penjual untuk menarik konsumen agar membeli produknya. Kata “diskon” pada produk yang ditawarkan membuat konsumen tergugah untuk membeli produk tersebut sehingga berpikir bahwa produk tersebut murah. Potongan Harga yang memberikan persepsi kepada konsumen bahwa harga yang dibayar lebih murah dibanding yang seharusnya. Program potongan harga merupakan salah satu strategi harga yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi keputusan konsumen dan juga diharapkan dapat memberi dampak positif bagi perusahaan. Schiffman & Kanuk (2006) menyatakan bahwa promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.

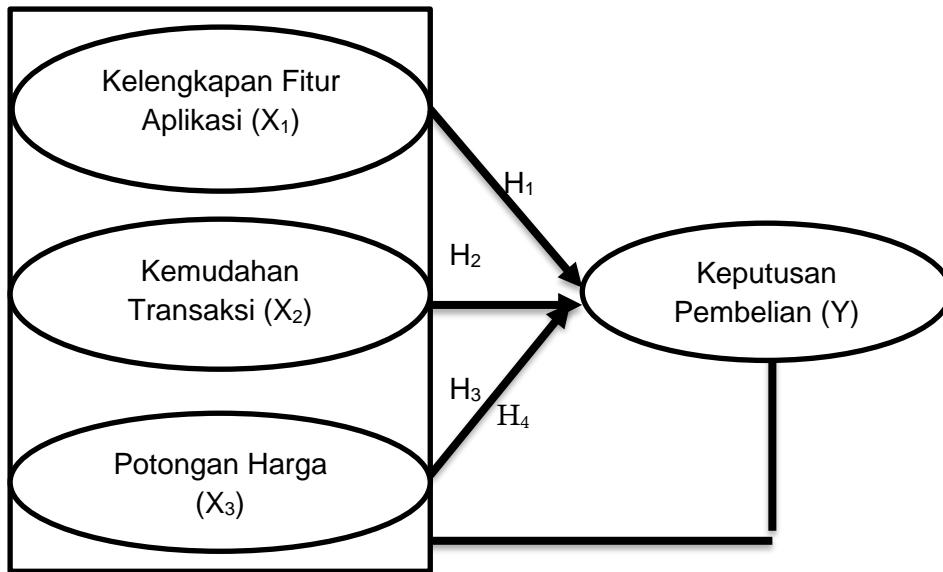
Perubahan atas suatu produk adalah salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran produk di perusahaan. Dimana perubahan harga dapat membuat pergeseran pada permintaan dan penawaran produk sehingga perusahaan dapat mengukur seberapa besar sensitivitas permintaan dan penawaran dapat terjadi karena adanya perubahan harga tersebut. Keberadaan pemberian potongan terhadap konsumen sebagai penghargaan sering kali menyebabkan pembelian dalam jumlah besar. Namun diskon harga sendiri tidak mendorong pembelian awal pembeli. Dorongan lain harus tersedia, seperti iklan media massa dan paparan produk atau pemberian contoh produk. **H3 : Potongan Harga Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian**

Kelengkapan fitur dengan keputusan pembelian sangat erat kaitannya, karena konsumen sebelum melakukan pembelian menempatkan atribut produk sebagai salah satu pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Namun fitur tidak selamanya relevan bagi konsumen, pertama perubahan dalam diri konsumen sendiri, dan yang kedua karena perusahaan lain menawarkan fitur yang lebih baik. Hal ini menjadikan perusahaan senantiasa memperbaharui fitur-fitur dalam aplikasinya demi keunggulan bersaing dengan perusahaan lainnya. Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya terhadap penggunaan teknologi informasi tersebut sehingga mudah untuk digunakan. Jika seseorang percaya terhadap teknologi yang digunakan maka dia akan menggunakannya sehingga persepsi kemudahan ini juga merupakan kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan menurut (Jogiyanto, 2007). Potongan harga menurut mariana (2009) adalah pengurangan terhadap harga yang di tetapkan karena pembeli memenuhi syarat yang ditetapkan. Semakin menariknya potongan harga yang dilakukan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada produk kita. Berdasarkan peneliti terdahulu Sari (2016), Lestari & Iriani (2018) , Dewi & Kusumawati (2018) bahwa terdapat pengaruh kelengkapan fitur, kemudahan transaksi serta potongan harga terhadap keputusan pembelian. **H4 : Kelengkapan Fitur, Kemudahan Transaksi, dan Potongan Harga Secara Bersama-sama Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian.**

Dengan mengacu pada landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu maka dapat di susun kerangka pemikiran teoritis dalam peneltian ini. Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas.



Maka disusunlah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tertuang dalam gambar berikut ini :



Gambar 1 Paradigma Penelitian

#### METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Bogor, pada Desember 2020 – Februari 2021. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kelengkapan Fitur Aplikasi (X<sub>1</sub>), Kemudahan Transaksi (X<sub>2</sub>) dan Potongan Harga (X<sub>3</sub>), Keputusan Pembelian (Y). Metode yang digunakan adalah *descriptive survey* dan metode *explanatory research*, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variable-variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini termasuk dalam tipe desain kausal yaitu untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat antar variabel dan peneliti mencari tipe sesungguhnya dari fakta untuk membantu memahami dan memprediksi hubungan paradigma yang melandasi penelitian berbentuk paradigma jalur, dengan teknik analisis jalur, dengan teknik analisis statistic yang dinamakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Permasalahan yang ditampilkan dalam penelitian ini merupakan permasalahan yang dianjurkan oleh para peneliti terdahulu, yang membutuhkan dukungan untuk fakta yang terbaru. Penelitian terdahulu akan membantu untuk merumuskan dan mengidentifikasi permasalahan untuk penelitian ini. selanjutnya telaah pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu digunakan untuk menjelaskan analisa permasalahan, melakukan pemahaman dasar pada teori dan hasil penelitian terdahulu, untuk kemudian mengungkapkan hipotesis yang akan diuji. Kemudian dikembangkan suatu bentuk model penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Dari model penelitian yang telah dikembangkan ini, diharapkan akan menjelaskan hubungan sebab dan akibat antar variabel dan selanjutnya mampu membuat suatu implikasi manajerial yang bermanfaat sesuai dengan variabel-variabel penelitian.

Data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum objek penelitian, meliputi: Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Potongan Harga serta Keputusan Pembelian. Data kuantitatif penelitian ini adalah data pengguna internet di Indonesia, dan peringkat aplikasi pemesanan tiket dari beberapa aspek yang di hasilkan dari survey pendahuluan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Bogor yang berusia 15 tahun keatas dengan jumlah 811.118 orang menurut data BPS Kota Bogor 2017. Sampel pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi TIX ID di Kota Bogor dengan menggunakan rumus slovin sebanyak 215 responden yang menggunakan aplikasi TIX ID di Kota Bogor. Teknik analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah

dengan cara pendekatan kuantitatif, mulai dari uji kualitas data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, lalu dilanjutkan dengan uji model persamaan structural untuk pengujian hipotesis dan analisis jalur antar variable.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Untuk lebih mendalami obyek penelitian, maka di bawah ini di sajikan profil responden yang menjadi fokus penelitian. Responden yang meluangkan waktunya untuk menjawab kuesioner pada penelitian ini terdiri dari 94 orang laki-laki (43,7%) dan perempuan 121 orang (56,3%). Sehingga total keseluruhan 215 orang. Berdasarkan usia, responden yang menjawab kuesioner pada penelitian ini didominasi oleh anak muda yang berusia 20-25 tahun sebanyak 118 orang (54,9%), usia 15-19 tahun sebanyak 47 orang (21,9%), usia 26-30 tahun sebanyak 20 orang (9,3%), usia 31-35 tahun sebanyak 14 orang (6,5%), usia 36-40 tahun sebanyak 13 orang (6%), usia 41-50 tahun sebanyak 2 orang (0,9%), dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 1 orang (0,5%).

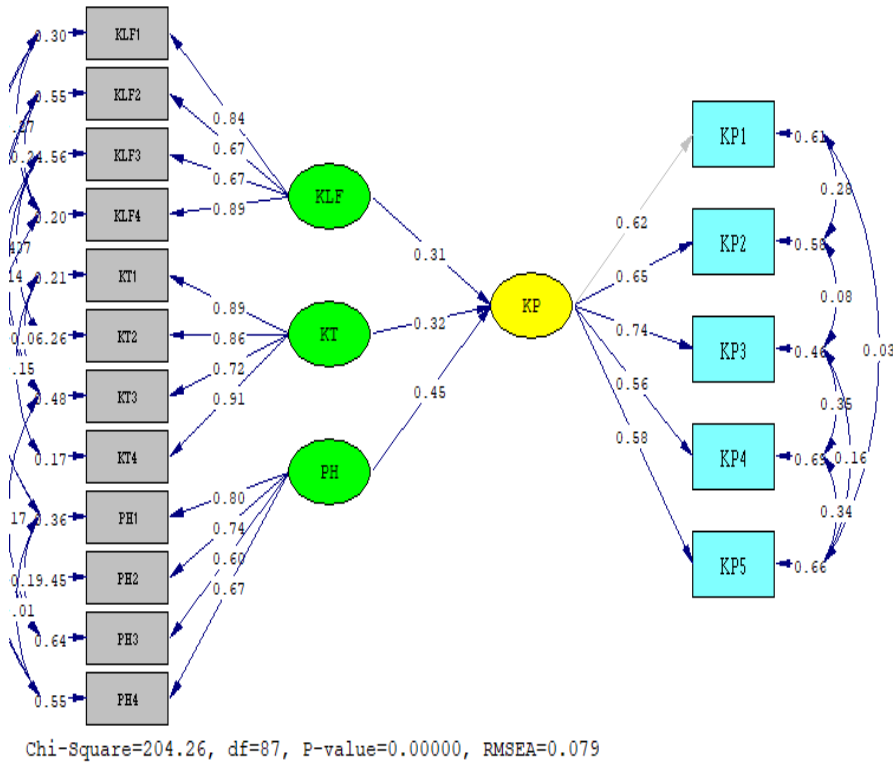
Pada penelitian ini yang mengisi kuesioner didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 142 orang (66%), ASN sebanyak 5 orang (2,3%), Karyawan Swasta 31 orang (14,4%), pengajar 6 orang (2,8%), dan lainnya sebanyak 31 orang (14,4%). Dari 215 responden yang terkumpul didominasi dengan yang memiliki penghasilan perbulannya sebesar Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 sebanyak 127 orang (59,1%), Rp 2.100.000-Rp 3.000.000 sebanyak 20 orang (9,3%), Rp 3.100.000-Rp 4.000.000 26 orang (12,1%), dan yang berpenghasilan lebih dari Rp 4.000.000 sebanyak 42 orang (19,5%). Secara keseluruhan, responden yang mengisi kuesioner ini berdomisili di kota Bogor sebanyak 215 orang (100%). Dari 215 orang seluruh responden yang mengisi kuesioner ini merupakan pengguna dari aplikasi TIX ID dengan persentase 100%.

### Uji Kualitas Data

Agar kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Berdasarkan hasil uji validitas empat variable penelitian semua indikatornya mempunyai nilai yang VALID dengan nilai  $r = \text{product moment}$  hitung lebih besar dari  $r = \text{product moment}$  tabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil uji reliabilitas atas indikator-indikator keempat variable penelitian ini diperoleh nilai yang RELIABLE dengan nilai *cronbach's alpha* hitung lebih besar dari *cut off value* 0,60.

Untuk mengidentifikasi hasil distribusi data yang nantinya akan diolah lebih lanjut, perlu dilakukan uji normalitas. Berdasarkan hasil uji normalitas, variabel KLF, KT, PH dan KP mempunyai rasio skewness berada pada kisaran -3 sampai dengan +3, kemudian nilai rasio kurtosis berada pada kisaran -8 sampai dengan +8, maka keempat variabel tersebut dinyatakan normal, dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pada data ini tidak terjadi multikolinieritas sehingga data tergolong baik dan dapat dilanjutkan ketahap berikutnya. Hal ini dikarenakan nilai *tolerance* lebih besar 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

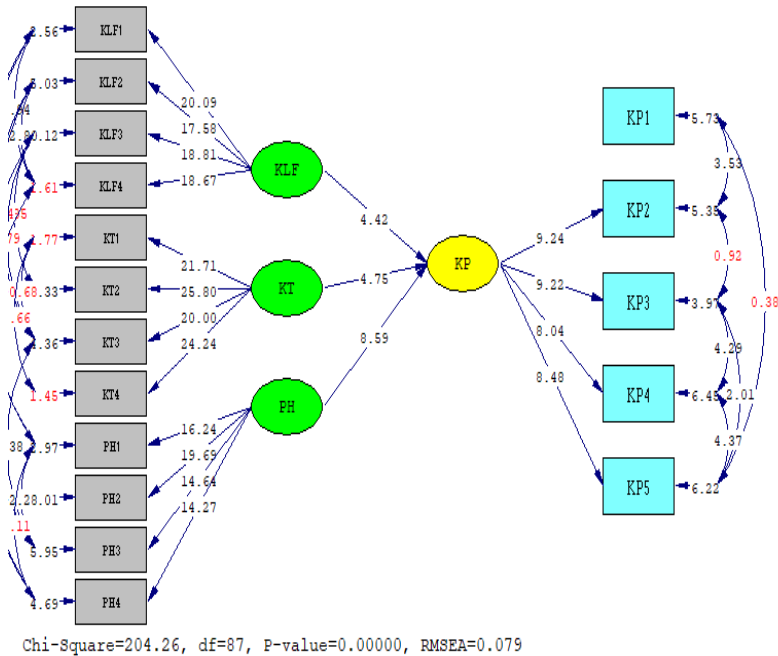
Kemudian dilakukan uji kesesuaian model untuk mengidentifikasi apakah model yang dianalisis sudah sesuai atau belum dengan melakukan uji yang mengacu pada indeks kesesuaian model yang diantaranya yaitu GFI, AGFI, NFI, TLI/NNFI, CFI, dan RMSEA. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan metode SEM dan dengan pengolahan *software* aplikasi LISREL 8.80 melalui 2 kali iterasi, diperoleh nilai GFI (0,99), RMSEA (0,079), NNFI (1,02), NFI (1,00), AGFI (0,98), RFI (1,00), IFI (1,02) dan CFI (1,02). Berdasarkan nilai-nilai tersebut maka delapan ukuran kesesuaian diatas diperoleh nilai indeks uji kesesuaian yang baik (*good fit*). Hal tersebut karena nilai indeks sudah memenuhi nilai *cut off*. Model penuh persamaan SEM dengan menggunakan LISREL 8.80 di peroleh dua model diagram lintasan, yaitu model *standardized* dan model *t-value*, masing-masing model seperti ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2 SEM Standardized Model

Keterangan:

- KLF = Kelengkapan Fitur Aplikasi
- PH = Potongan Harga
- KT = Kemudahan Transaksi
- KP = Keputusan Pembelian



Gambar 4.3 SEM t-Value Model

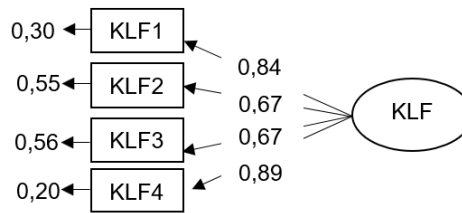
Keterangan:

- KLF = Kelengkapan Fitur Aplikasi
- PH = Potongan Harga
- KT = Kemudahan Transaksi
- KP = Keputusan Pembelian

### Hasil Measurement Model

Pada analisis measurement model ini, dijelaskan mengenai hubungan antar indikator dan variabel melalui persamaan matematika dan hasil akhir yang telah diperoleh dari pengujian menggunakan LISREL. Berikut ini adalah persamaan matematikanya.

Variabel Kelengkapan Fitur Aplikasi



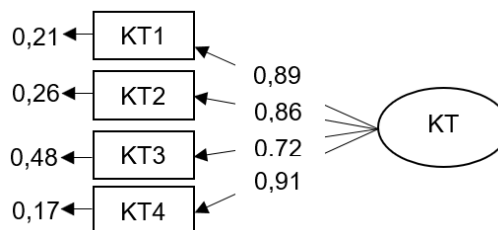
Gambar 4. Persamaan Model Variabel  $X_1$

$$\begin{aligned} KLF1 &= 0,84 \xi_1 + 0,30 & KLF2 &= 0,67 \xi_2 + 0,55 \\ KLF3 &= 0,67 \xi_3 + 0,56 & KLF4 &= 0,89 \xi_4 + 0,20 \end{aligned}$$

Sehingga berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa:

- Indikator KLF1 memberikan pengaruh sebesar 0,84
- Indikator KLF2 memberikan pengaruh sebesar 0,67
- Indikator KLF3 memberikan pengaruh sebesar 0,67
- Indikator KLF4 memberikan pengaruh sebesar 0,89

Variabel Kemudahan Transaksi



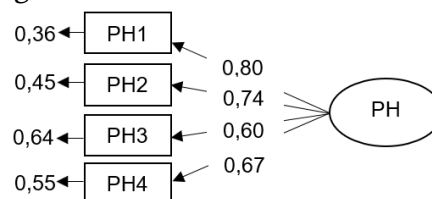
Gambar 5 Persamaan Model Variabel  $X_2$

$$\begin{aligned} KT1 &= 0,89 \xi_1 + 0,21 & KT2 &= 0,86 \xi_2 + 0,26 \\ KT3 &= 0,72 \xi_3 + 0,48 & KT4 &= 0,91 \xi_4 + 0,17 \end{aligned}$$

Sehingga berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa:

- Indikator KT1 memberikan pengaruh sebesar 0,89
- Indikator KT2 memberikan pengaruh sebesar 0,86
- Indikator KT3 memberikan pengaruh sebesar 0,72
- Indikator KT4 memberikan pengaruh sebesar 0,91

Variabel Potongan Harga



Gambar 6 Persamaan Model Variabel  $X_3$

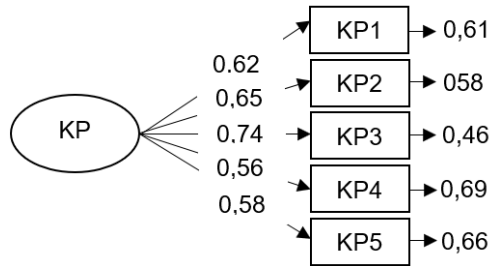
$$\begin{aligned} PH1 &= 0,76 \xi_1 + 0,42 & PH2 &= 0,71 \xi_2 + 0,50 \\ PH3 &= 0,54 \xi_3 + 0,71 & PH4 &= 0,70 \xi_4 + 0,51 \end{aligned}$$

Sehingga berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa:

- Indikator PH1 memberikan pengaruh sebesar 0,76
- Indikator PH2 memberikan pengaruh sebesar 0,71
- Indikator PH3 memberikan pengaruh sebesar 0,54
- Indikator PH4 memberikan pengaruh sebesar 0,70



Variabel Keputusan Pembelian



Gambar 4.7 Persamaan Model Variabel Y

$$\begin{aligned}
 KP1 &= 0,62 \xi_1 + 0,61 & KP2 &= 0,65 \xi_2 + 0,58 \\
 KP3 &= 0,74 \xi_3 + 0,46 & KP4 &= 0,56 \xi_4 + 0,69 & KP5 &= 0,58 \xi_5 + 0,66
 \end{aligned}$$

Sehingga berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa:

- Indikator KP1 memberikan pengaruh sebesar 0,62
- Indikator KP2 memberikan pengaruh sebesar 0,65
- Indikator KP3 memberikan pengaruh sebesar 0,74
- Indikator KP4 memberikan pengaruh sebesar 0,56
- Indikator KP5 memberikan pengaruh sebesar 0,58

**Uji Kesesuaian Model Pengukuran**

Pengujian parameter  $\lambda$  (loading factor)/(koefisien dimensi) pengukuran pada model eksogen maupun endogen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kuat tidaknya indikator dari masing-masing variabel laten. Pengujian parameter  $\lambda$  adalah koefisien regresi terstandarisasi (*Standardized regression weigh*) untuk variabel eksogen maupun endogen seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.28 Uji Kesesuaian Model Pengukuran

Model Pengukuran		Koefisien Bobot Faktor	Standar Error	Nilai t- hitung	Hasil Uji (t>1,96)	R <sup>2</sup>
Variabel Laten	Variabel Manifes					
KLF	KLF1	0,84	0,30	20,09	Signifikan	0,70
	KLF2	0,67	0,55	17,58	Signifikan	0,45
	KLF3	0,67	0,56	18,81	Signifikan	0,44
	KLF4	0,89	0,20	18,67	Signifikan	0,80
KT	KT1	0,89	0,21	21,71	Signifikan	0,79
	KT2	0,86	0,26	25,80	Signifikan	0,74
	KT3	0,72	0,48	20,00	Signifikan	0,52
	KT4	0,91	0,17	24,24	Signifikan	0,83
PH	PH1	0,80	0,36	16,24	Signifikan	0,64
	PH2	0,74	0,45	19,69	Signifikan	0,55
	PH3	0,60	0,64	14,64	Signifikan	0,36
	PH4	0,67	0,55	14,27	Signifikan	0,45
KP	KP1	0,62	0,61			0,39
	KP2	0,65	0,58	9,24	Signifikan	0,42
	KP3	0,74	0,46	9,22	Signifikan	0,54
	KP4	0,56	0,69	8,04	Signifikan	0,31
	KP5	0,58	0,66	8,48	Signifikan	0,34

Berdasarkan tabel 4.28 bahwa semua nilai t dari indikator pembentuk variabel laten adalah lebih besar dari 1,96. (t>1,96), maka dapat dikatakan semua indikator pembentuk variabel laten (eksogen dan endogen) adalah signifikan, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator bermakna dan signifikan dalam membentuk variabel laten. Maka semua indikator pada penelitian ini dapat dianalisa lebih lanjut, karena sudah dapat membentuk variabel latennya. Berdasarkan gambar 4.2 dan gambar 4.3 diatas, perhitungan tersebut selanjutnya akan dikemukakan pengujian parameter  $\lambda$  dan  $\beta$  (loading factor/koefisien dimensi) structural pada model eksogen maupun endogen. Pengujian bertujuan untuk

mengetahui hubungan kasual atau pengaruh satu variabel laten terhadap variabel lainnya, kuat tidaknya indikator dari masing-masing variabel laten (konstruk).

Pengujian parameter  $\lambda$  dan  $\beta$  adalah koefisien regresi terstandarisasi (*standardized regression weight*) untuk variabel eksogen maupun endogen seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.29 Uji Kesesuain Model Struktural

Variabel Laten	Koefisien Bobot Faktor	Standar Error	Nilai t-hitung	Hasil Uji (t>1,96)	R <sup>2</sup>
KLF	0,31	0,071	4,42	Signifikan	0,89
KT	0,32	0,067	4,75	Signifikan	0,89
PH	0,45	0,053	8,59	Signifikan	0,89

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini sebanyak 3 hipotesis, dimana hipotesis dinyatakan signifikan dan bernilai positif. Hasil pengujian selengkapnya dapat di sajikan seperti tabel 4.30 dibawah ini:

Tabel 4.30 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Deskripsi	Kesimpulan
H1	Kelengkapan fitur aplikasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian	Didukung Data (Diterima)
H2	Kemudahan transaksi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian	Didukung Data (Diterima)
H3	Potongan harga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian	Didukung Data (Diterima)

Berdasarkan tabel 4.30 menyimpulkan bahwa H1 seperti yang sudah dirumuskan diawal (hipotesis) sudah sesuai yaitu kelengkapan fitur aplikasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian atau bisa juga dikatakan bahwa suatu aplikasi yang memiliki fitur yang lengkap mampu mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian pada aplikasi TIX ID. Berdasarkan tabel 4.30 menyimpulkan bahwa H2 seperti yang sudah dirumuskan diawal (hipotesis) sudah sesuai yaitu kemudahan transaksi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang dapat diartikan bahwa semakin mudah proses transaksi yang dimiliki pada aplikasi TIX ID mampu mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan kegiatan pembelian tiket melalui aplikais TIX ID.

Berdasarkan tabel 4.30 menyimpulkan bahwa H3 seperti yang sudah dirumuskan diawal (hipotesis) sudah sesuai yaitu potongan harga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin menarik potongan harga yang dilakukan TIX ID mampu mendorong penggunaanya untuk melakukan pembelian tiket di aplikasi TIX ID.

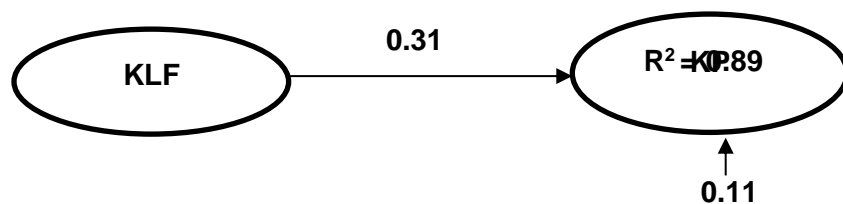
**Pembahasan**

Pada bagian ini akan dilakukan pengujian hipotesis tentang pengaruh antara variabel eksogen dan variabel endogen pada seluruh hubungan yang telah dirumuskan pada bagian awal gambar 2.1 maupun teori yang sudah dijadikan landasan dalam penelitian ini.

**Hubungan Kelengkapan Fitur Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian**

Secara matematik rumus persamaan atau model yang digunakan yaitu:  $\eta_2 = \gamma_1 \xi_1 + \zeta_1$

Persamaan yang diperoleh:  
 $KP = 0.31 * KLF + 0,11, R^2 = 0.89$



Gambar 4.8 Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini dinyatakan diterima, dan sejalan dengan penelitian terdahulu Sari (2016), dan sejalan juga dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2002) mengatakan bahwa fitur adalah unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur dalam suatu aplikasi maupun produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, karena fitur melekat erat pada suatu produk dan seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Maka semakin lengkap dan beragamnya suatu fitur dalam aplikasi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop bagi pengguna TIX ID. Untuk melihat pengaruh kelengkapan fitur aplikasi terhadap keputusan pembelian dapat dilihat berdasarkan persamaan diatas. Dimana besarnya pengaruh kelengkapan fitur aplikasi terhadap keputusan pembelian sebesar 31% dan berdasarkan uji t yang dilakukan nilai uji t memiliki nilai lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 4.42 yang artinya bahwa variabel kelengkapan fitur aplikasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Hubungan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian

Secara matematik rumus persamaan atau model yang digunakan yaitu:

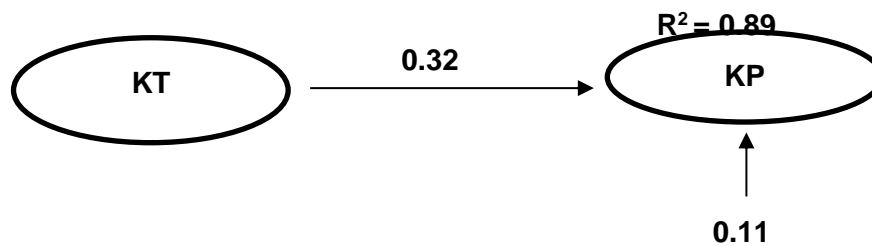
$$\eta_3 = \gamma_2 \xi_2 + \zeta_1$$

Persamaan yang diperoleh:

$$KP = 0.32 * KT + 0,11, R^2 = 0.89$$

(0.067)  
4.75

Uraian tersebut dapat dijadikan dengan menggunakan gambar 4.9 seperti dibawah ini:



Gambar 4.9 Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Hildaria (2017) kemudahan transaksi akan menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian online dimana faktor kemudahan pengguna ini berkaitan dengan bagaimana operasional cara berbelanja dan bertransaksi secara online pada suatu aplikasi. Berdasarkan persamaan diatas pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian sebesar 32%, dimana hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini dinyatakan diterima dan sejalan dengan penelitian terdahulu Lestari dan Iriani (2018) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online. Kemudian Damasta (2018) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh langsung dalam penelitian yaitu kemudahan transaksi dan keputusan pembelian terbukti berpengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan persamaan diatas pun nilai t-hitung variabel kemudahan transaksi sebesar 4.75, dimana hasil tersebut lebih besar dari t-tabel 1.96 yang artinya bahwa variabel kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Hubungan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

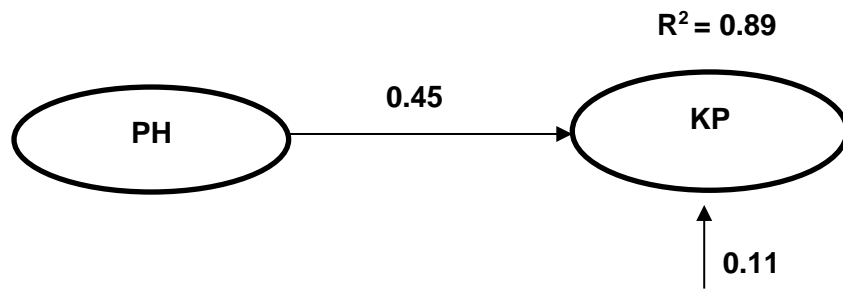
Secara matematik rumus persamaan atau model yang digunakan yaitu:

$$\eta_4 = \gamma_3 \xi_3 + \zeta_1$$

$$KP = 0.45 * PH + 0,11, R^2 = 0.89$$

(0.053)  
2,82

Uraian tersebut dapat dijadikan dengan menggunakan gambar 4.10 seperti dibawah ini:



Gambar 4.10 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

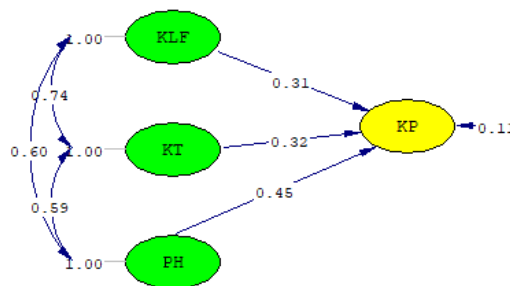
Berdasarkan persamaan diatas pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 45%, dimana hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini dinyatakan diterima dan sejalan dengan penelitian terdahulu Dewi dan Kusumawati (2018) yang menyimpulkan bahwa variabel diskon atau potongan harga memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian. Amalia & Saryadi (2018) yang menyimpulkan bahwa potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembeli. Penelitian ini pun sejalan dengan teori yang dikemukakan Tjiptono (2008) potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli merupakan bentuk penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual sehingga semakin menarik potongan harga yang diberikan penjual, maka semakin tertarik juga konsumen untuk membeli suatu produk tersebut. Dimana semakin menarik potongan harga yang dibuat oleh TIX ID dapat menggugah penggunaanya untuk melakukan pembelian tiket bioskop di aplikasi TIX ID, karena berdasarkan persamaan diatas pun, nilai t-hitung pada variabel potongan harga sebesar 2.82 yang menyimpulkan bahwa variabel potongan harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel.

**Hubungan Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Secara matematik, persamaan awal sebagai  $\eta_1 = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \gamma_3\xi_3 + \zeta_1$

Persamaan yang diperoleh:

$$\begin{aligned}
 KP &= 0.31 \cdot KLF + 0.32 \cdot KT + 0.45 \cdot PH, \text{ Errorvar.} = 0.11, R^2 = 0.89 \\
 &\quad (0.071) \quad (0.067) \quad (0.053) \quad (0.039) \\
 &\quad 4.42 \quad 4.75 \quad 8.59 \quad 2.82
 \end{aligned}$$



Gambar 4.11 Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan persamaan diatas, pengaruh kelengkapan fitur aplikasi terhadap keputusan pembelian sebesar 31%, besarnya pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian sebesar 32%, dan besarnya pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 45%. selanjutnya besarnya kontribusi kelengkapan fitur aplikasi, kemudahan transaksi, dan potongan harga secara bersama-sama bisa menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 89% dan sisanya (100%-89%)=11% ditentukan faktor lain yang tidak diteliti. Uraian ini dapat dijelaskan melalui gambar 4.11 diatas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kelengkapan fitur aplikasi (X1), kemudahan transaksi (X2), dan potongan harga (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh

terhadap keputusan pembelian tiket bioskop. Berdasarkan kajian literatur yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, hasil penelitian ini sejalan dengan model yang dibuat oleh Sari (2016), Dewi dan Kusumawati (2018), dan Lestari & Iriani (2018) dimana ketiganya menyimpulkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi kelengkapan fitur aplikasi, kemudahan transaksi, dan potongan harga.

### **Implikasi Manajerial**

Dilihat dari pengolahan data dan pembahasan diatas, bahwa terdapat peluang yang potensial yang dapat digali dan dimanfaatkan dari ketiga variabel tersebut yaitu kelengkapan fitur aplikasi, kemudahan transaksi, dan potongan harga untuk menarik penggunaanya dalam melakukan pembelian tiket bioskop melalui aplikasi. Dilihat dari hasil jawaban responden, pernyataan mengenai “Saya merasa dimudahkan untuk mendapatkan tiket bioskop yang saya inginkan” dan “Saya merasa tidak ada kesulitan dalam mempelajari prosedur saat melakukan transaksi di aplikasi TIX ID” hal ini dapat dimanfaatkan bagi pihak TIX ID dengan konsisten dalam metode pembayarannya ketika melakukan pembelian tiket bioskop di aplikasi TIX ID, karena berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada penelitian ini, banyak pengguna TIX ID yang merasa dipuaskan dengan kemudahan transaksi yang dimiliki TIX ID sehingga pengguna ingin melakukan pembelian tiket bioskop di aplikasi TIX ID. Selain itu pada pernyataan “Saya menggunakan karena aplikasi TIX ID mudah untuk dioperasikan/digunakan” dan “Saya menggunakan aplikasi TIX ID karena dapat melakukan pemesanan untuk banyak tiket film” hal ini pun dapat dimanfaatkan perusahaan, dimana dari responden yang diteliti mereka melakukan pembelian pada suatu aplikasi apabila aplikasi tersebut memiliki fitur yang mudah digunakan dan pengguna tidak merasa direpotkan dalam penggunaan aplikasinya.

TIX ID pun harus mampu mengoptimalkan keberagaman fitur yang dimiliki aplikasi tersebut, karena dari seluruh pernyataan yang diajukan kepada responden pada pernyataan “TIX ID memiliki fitur yang sangat beragam” memiliki rata-rata yang rendah dari seluruh pernyataan yang diajukan. Oleh karena itu TIX ID dapat melakukan pembaharuan aplikasi yang secara berkala dengan melakukan penambahan fitur-fitur yang mungkin dapat membantu dan menarik penggunaanya dalam melakukan pembelian tiket bioskop di aplikasi. Untuk dapat menarik penggunaanya dalam melakukan pembelian tiket bioskop, TIX ID dapat melakukan promosi berupa potongan harga yang menarik karena dari kuesioner penelitian yang disebar menunjukkan bahwa pengguna lebih senang melakukan aplikasi apabila terdapat promo potongan harga pada aplikasi maupun film yang ingin pengguna tonton. Oleh karena itu, hal-hal tersebut dapat diperhatikan dan dilakukan perusahaan untuk mengoptimalkan penggunaanya melakukan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID. Dan juga untuk dapat meningkatkan profit yang nantinya perusahaan TIX ID dapatkan.

### **PENUTUP**

Berdasarkan uraian penelitian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya mengenai Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID di Kota Bogor. Maka dapat ditarik simpulan berdasarkan hasil temuan dan hasil pengolahan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Kelengkapan Fitur Aplikasi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID di Kota Bogor
2. Kemudahan Transaksi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID di Kota Bogor
3. Potongan Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID di Kota Bogor
4. Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, dan Potongan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian tiket bioskop pada aplikasi TIX ID di Kota Bogor



**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Bollen, K. A. 1989. *Structural Equations with Latent Variables*. John Wiley & Sons, Inc., Amerika.
- [2] Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- [3] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- [4] Adityo, Benito. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Kaskus. Jakarta: *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- [5] Amalia, Nindy Riska & Saryadi. 2018. Pengaruh Kemudahan Akses dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Online TIKET.COM. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- [6] Ardyanto, Denni., Susilo, Heru., Riyadi. 2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- [7] Astuti, Puji. 2011. Eksperimen Pembelajaran Matematika Dengan Metode Problem Solving dan Mind Mapping Ditinjau Dari Kemampuan Awal Siswa. Skripsi Surakarta: UMS
- [8] Damasta, Moch. Isnain. 2018. Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan *Shopping Convenience* Terhadap *Customer Satisfaction* Melalui Keputusan Pembelian Dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip Pengakses Situs Lazada.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- [9] Dewi, Indri Kartika & Andriani Kusumawati. 2018. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka
- [10] Hildaria, Helena. 2017. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- [11] Lestari, Niken Ayu & Sri Setno Iriani, 2018, Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Situs MatahariMall.com
- [12] Mariana. 2009. Hubungan Sikap Konsumen Pada Discount Dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir. Malang : Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- [13] Sari, Hutami Permita. 2016. Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di DIY
- [14] Pudjihardjo, Maria Carolina. & Wijaya, Helen. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran di Media Sosial (Studi pada Pengguna Media Sosial di Shapeharve). *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- [15] Salya, Aditya (2010). “The Internet Marketing Solution Toward Creative Industries in Bandung”, Nomor 201011. Department of Management and Business, Padjajaran University
- [16] Sudjatmika, Fransiska Vania. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com. *Jurnal AGORA*. Vol 5. No. 1.
- [17] Thom W. A. Isliko & Mintarti Rahayu. (2008). Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dan Faktor Produk terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket di Kota Lampung. *Jurnal Aplikasi Manajemen*