

## **PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN REPUTASI APLIKASI TIX ID TERHADAP MINAT BELI TIKET BIOSKOP *ONLINE* DI XXI MALL CIPUTRA SERAYA KOTA PEKANBARU**

Septyani Larosa Marpaung<sup>1</sup>, Hadion Wijoyo<sup>2</sup>  
STMIK Dharmapala Riau  
e-mail: lalaseptyani@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kualitas informasi dan reputasi aplikasi berpengaruh terhadap minat beli tiket bioskop *online*. Faktor independen dalam penelitian ini adalah kualitas informasi dan reputasi aplikasi. Faktor dependen adalah minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *online* TIX ID di Bioskop XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 100 pengguna sebagai responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap minat beli tiket bioskop *online*. Reputasi aplikasi berpengaruh terhadap minat beli tiket bioskop *online*. Hasil uji signifikansi simultan menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari pengaruh multikolinieritas. Hasil  $R^2$  adalah 56% dapat menjelaskan pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya 44% dijelaskan oleh variabel independen lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Kualitas Informasi, Reputasi Aplikasi, Minat Beli, Aplikasi Online, Teknologi Informasi.*

### **Abstract**

*The aim of this study has shown that the quality of information and reputation TIX ID application toward of purchase tickets online interest in cinema XXI Mall Ciputera Seraya Pekanbaru City. The independent factors in this study are quality information and reputation of application. The dependent factor is purchase interest. The subject of this research are user of TIX ID in cinema XXI Mall Ciputera Seraya Pekanbaru City. This research took 100 user as samples. The technique of data collection was accidental sampling. The instrument of data collection is questionnaire method. In this research the researcher was used multiple regression analysis. The result has shown that the quality of information affect of purchase interest. The reputation Tix Id application affect to purchase interest. the result of test explained how all independent variables affect the dependent variables. Result of multicollity show that  $R^2$  results are 56% can explain how all independent variables affect the dependent variables. whereas the remaining 44% were described by other unexamined variables in this study.*

**Keywords:** *the quality of information, reputation of application, purchase interest, online application, technology information.*

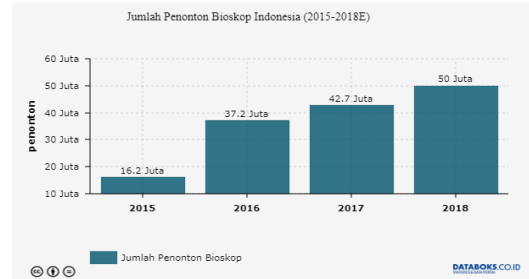
## PENDAHULUAN

Teknologi saat ini merupakan hal yang sangat penting yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan manusia. Tanpa teknologi maka manusia tidak dapat menjalankan kehidupan sehari - hari seperti mendapatkan informasi dari manapun. Teknologi mengacu pada suatu benda dan ilmu seperti mesin, perkakas, perangkat keras lainnya, ataupun berupa produk, jasa dan struktur organisasi.

Teknologi dan informasi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan, karena informasi merupakan bagian dari teknologi. Salah satu penggunaan teknologi informasi yang sangat familiar adalah internet. Internet merupakan suatu kebutuhan masyarakat dimana informasi banyak diperoleh dari internet. Salah satu penggunaan yang menggunakan internet yang banyak digunakan masyarakat ialah *e-ticketing* atau tiket online. Banyak perusahaan menjalankan salah satu bisnisnya melalui *e- ticketing* ini. Salah satunya adalah bisnis tiket bioskop *online*. Dimana perusahaan dapat mempromosikan atau memberi diskon tayangan secara langsung kepada si pembeli.

Manfaat dari penjualan tiket *online* (*e-ticketing*) sangat dirasakan oleh para penonton bioskop saat ini. Penonton bioskop dari tahun ketahun memiliki peningkatan yang besar. Karena peningkatan tersebut sehingga menyebabkan antrian pada kasir di bioskop. Oleh sebab itu banyak aplikasi penjualan tiket *online* yang muncul untuk mengurangi antrian pada bioskop. Berikut gambar yang menunjukkan jumlah penonton bioskop Indonesia dari tahun 2015 sampai tahun 2018 :

### Jumlah Penonton Bioskop Indonesia



Sumber : <http://databoks.katadata.co.id/> , 2019

Dari data tersebut menunjukkan bahwa penonton bioskop dari tahun ke tahun memiliki peningkatan yang sangat pesat. Hal ini diikuti juga dengan perkembangan perfilman di Indonesia yang semakin lama semakin berkualitas.

Salah satu aplikasi yang banyak dipakai oleh masyarakat ialah TIX ID. TIX ID diciptakan oleh PT. Nusantara Raya Sejahtera, perusahaan ini berdiri sejak tahun 1985 dan perusahaan besar yang mengoperasikan bioskop CGV, XXI, dan juga Premier.. Berikut gambar 1.2 yang menunjukkan logo TIX ID :

### Logo TIX ID



Sumber : <http://www.tix.id/> , 2019

Promo yang diberikan TIX ID diantaranya adalah :

1. Promo beli 1 gratis 1 di setiap hari Rabu.
2. Promo beli 1 gratis 1 film tertentu dengan jangka waktu tertentu.
3. Mendapatkan voucher sebesar 25.000 untuk pengguna baru TIX ID.
4. Mendapatkan voucher sebesar 25.000 untuk pengguna baru TIX ID yg pada saat mendaftarkan memakai kode undangan dari teman.
5. Mendapatkan voucher senilai 25.000 ketika kita mengundang teman dan teman tersebut menggunakan kode undangan dari kita.
6. Diskon 50% pada jangka waktu tertentu.

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.

Menurut Liu dan Arnett (dalam Rukmiyati, Ni Made., Budiarta, 2016:122), menyatakan bahwa informasi dengan kualitas terbaik akan meningkatkan kegunaan persepsi pengguna dan meningkatkan penggunaan sistem informasi. Kualitas informasi juga dapat dilihat dengan adanya potensi menghasilkan informasi yang tidak terbatas baik dalam organisasi maupun luar organisasi.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi adalah ukuran dari hasil keluaran sesuatu yang diproduksi oleh sistem dan memiliki nilai bagi si pengguna. Kualitas

informasi yang baik yang di berikan suatu aplikasi dapat menumbuhkan minat pembeli. Minat merupakan ketertarikan pembeli terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan.

Dalam hal ini reputasi juga menunjukkan sejauh mana pembeli percaya terhadap penjual secara profesional, kompeten atau jujur dan baik (Noradiana & Setyanto, 2012). Reputasi perusahaan *online* sangatlah berpengaruh, penggunanya menilai dahulu toko *online* tersebut sebelum memutuskan untuk membeli produknya. Apabila toko *online* tersebut memberikan pelayanan yang baik, maka reputasinya akan baik di mata pembeli. Begitu pula sebaliknya, pembeli beranggapan bahwa toko *online* tersebut memiliki reputasi yang buruk apabila pelayanannya kurang memuaskan. Kepercayaan konsumen muncul ketika toko *online* menunjukkan reputasi yang baik.

#### **METODE PENELITIAN**

Lokasi Penelitian adalah tempat atau wilayah yang menjadi objek di dalam penelitian. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Kota Pekanbaru, Penelitian dilakukan di Bioskop XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru yaitu terhadap pengguna aplikasi TIX ID.

Populasi menurut Sugiyono (2011: 117), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *online* TIX ID di Bioskop XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, menarik beberapa populasi untuk dijadikan sampel, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu,

makapenelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2011: 118).

Teknik menentukan ukuran sampel dapat di kategorikan menjadi dua jenis, yaitu untuk jumlah populasi diketahui dan jumlah populasi tidak diketahui. Dalam penelitian ini, jumlah populasinya besar dan tidak diketahui, sehingga penentuan sampel dari populasi menggunakan rumus menurut Rao Purba (dalam Kharis, 2011: 50) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan penentuan sampel 95 % atau 1,96

moe = tingkat kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi biasanya 10%

Penggunaan nilai kritis 0,1 (10%) dikarenakan jumlah populasi yang besar dan untuk meminimalisir kesalahan generalisasi pada sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Maka perhitungan rumus diperoleh :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04. jadi jumlah sampel yang diambil adalah minimal 96, namun untuk memudahkan maka dibulatkan menjadi 100. Pengambilan sampel dalam hal ini menggunakan teknik *accidental sampling* yang mana penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (Akon & Riduwan, 2013).

Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi TIX ID yang ada di XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru. Karakteristik sampel kedua adalah pengguna yang berusia minimal 18 tahun. Berdasarkan sifatnya penelitian ini merupakan jenis data Kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2012:14). Sumber data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berbentuk uraian melalui respon tertulis (Kuesioner), yang hasilnya berupa jawaban responden yang diukur dengan skala *likert* dan hasil tersebut telah berbentuk angka kemudian dihitung dalam bentuk statistik dan diproses lebih lanjut.

Sumber Data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data Primer. Data Primer merupakan data yang diperoleh dari pengumpulan langsung darilapangan (tidak melalui perantara). Data primer dalam penelitian ini yaitu Kuesioner dengan cara mengajukan daftar pertanyaan langsung kepada responden.

Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 199). Data yang diperoleh dengan metode ini adalah jawaban dari hasil pengisian Kuesioner oleh responden seputaran variabel yang akan diteliti yaitu mengenai pengaruh kualitas informasi dan reputasi aplikasi TIX ID terhadap minat beli tiket bioskop *online* Di XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru. Jenis skala yang digunakan untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik dengan susunan pada tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 1**  
**Skala Likert**

Bobot	Kategori
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Tidak Berpendapat (Netral)
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber : *Olahan Peneliti*, 2019

Analisis Data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diuji (Sugiyono, 2012:206).

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### Hasil Penelitian

Penelitian dilakukan pada pengguna aplikasi *online* TIX ID di Bioskop XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru. Peneliti berhasil menyebarkan 100 kuesioner (100%), kemudian dari data-data hasil kuesioner tersebut dianalisis untuk mendapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pengguna aplikasi TIX ID yang ada di XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru, pengguna yang berusia minimal 18 tahun. Dari hasil analisis data, jumlah kuesioner yang tidak kembali sebanyak 2 kuesioner (2%), jadi jumlah kuesioner yang dapat diolah adalah sebanyak 98 kuesioner (98%).

**Tabel 2**  
**Tingkat Pengumpulan Kuesioner**

Keterangan	Total	Persentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang tidak kembali	2	2%
Kuesioner yang dapat diolah	98	98%

Sumber: *Data Olahan*, 2020

### Hasil Statistik Deskriptif

Deskripsi atas variabel-variabel penelitian secara statistik. Statistik Deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata (*Mean*), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi (Ghozali, 2011). Uji Statistik Deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3**  
**Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Informasi	98	20	35	29.194	3.197
Reputasi Aplikasi	98	14	25	20.235	2.907
Minat Beli	98	8	20	15.857	2.865
Valid N (listwise)	98				

Sumber: *Data Olahan*, 2020

Dari Tabel dilihat jumlah responden (N) sebanyak 98. Berdasarkan pengujian statistik dapat dilihat, untuk variabel kualitas informasi jawaban dengan nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimum sebesar 35, sehingga memperoleh nilai rata-rata 29,194 yang apabila dibagi dengan 7 butir pernyataan maka diperoleh rata-rata jawaban responden ada pada skala 4 yaitu setuju, dapat dikatakan bahwa kualitas informasi yang diberikan aplikasi TIX ID kepada pengguna tiket Bioskop *online* di XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru sudah baik,

dengan standar deviasi 3,197.

Dari Tabeldilihat, untuk variabel reputasi aplikasi jawaban dengan nilai minimum sebesar 14 dan nilai maksimum 25, sehingga memperoleh rata-rata 20,235 yang apabila dibagi menjadi 5 butir pernyataan maka diperoleh rata-rata jawaban responden ada pada skala 4 yaitu setuju,dapat dikatakan bahwa reputasi aplikasi TIX ID pada pengguna tiket Bioskop *online* di XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru sudah tinggi, dengan standar deviasi sebesar 2,907.

Dari Tabeldilihat, untuk variabel minat beli jawaban dengan nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum sebesar 20,sehingga memperoleh rata-rata 15,857 yang apabila dibagi dengan 4 butir pernyataan maka diperoleh rata-rata jawaban responden ada pada skala 4 yaitu setuju,dapat dikatakan bahwa minat beli pengguna tiket Bioskop *online* di XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru yang menggunakan aplikasi TIX ID cukup tinggi, dengan standar deviasi sebesar 2,865.

### Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji akurat tidaknya suatukuesioner.Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{tabel}$ dengan $r_{hitung}$ .Nilai  $r_{tabel}$ pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data(n) = 98, maka didapat $r_{tabel}$  sebesar 0,198. Nilai  $r_{tabel}$  yang diperoleh dibandingkan dengan nilai  $r_{hitung}$ , Apabila  $r_{hitung}$ lebih besar dari  $r_{tabel}$ ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi <0.05 maka dapat disimpulkan pernyataan tersebut adalah valid dan layak digunakan sebagai data penelitian.

### Kualitas Informasi

**Tabel 4**

**Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi**

Butir Pernyataan	Pearson Correlation	rTabel	Signifikansi	Keterangan
------------------	---------------------	--------	--------------	------------

Butir Pernyataan	Pearson Correlation	rTabel	Signifikansi	Keterangan
K1	0,776	0,198	0.000	Valid
K2	0,776	0,198	0.000	Valid
K3	0,705	0,198	0.000	Valid
K4	0,689	0,198	0.000	Valid
K5	0,768	0,198	0.000	Valid
K6	0,723	0,198	0.000	Valid
K7	0,580	0,198	0.000	Valid

Sumber:Data Olahan, 2020

Dapat dilihat bahwa butir pernyataan untuk variabel kualitas informasi adalah nilai *pearson correlation*> $r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi <0.05, maka dapat dikatakan bahwa secara statistik masing-masing indikator pernyataan adalah valid dan layak digunakan sebagai data penelitian.

### Reputasi Aplikasi

**Tabel 5**

**Hasil Uji Validitas Reputasi Aplikasi**

Butir Pernyataan	Pearson Correlation	rTabel	Signifikansi	Keterangan
R1	0,783	0,198	0.000	Valid
R2	0,755	0,198	0.000	Valid
R3	0,672	0,198	0.000	Valid
R4	0,819	0,198	0.000	Valid
R5	0,724	0,198	0.000	Valid

Sumber:Data Olahan, 2020

Dilihat bahwabutir pernyataan untuk variabel reputasi aplikasi adalah nilai *pearson correlation*> $r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi<0.05, maka dapat dikatakan bahwa secara statistik masing-masing indikator pernyataan adalah valid dan layak digunakan sebagai data penelitian.

### Minat Beli

**Tabel 6**

**Hasil Uji Validitas Minat Beli**

Butir Pernyataan	Pearson Correlation	rTabel	Signifikansi	Keterangan
M1	0,818	0,198	0.000	Valid
M2	0,797	0,198	0.000	Valid
M3	0,889	0,198	0.000	Valid
M4	0,770	0,198	0.000	Valid

Sumber:Data Olahan, 2020

Dilihat bahwa masing-masing butir pernyataan untuk variabel minat beli adalah nilai *pearson correlation* >  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi < 0.05, maka dapat dikatakan bahwa secara statistik masing-masing indikator pernyataan adalah valid dan layak digunakan sebagai data penelitian.

**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Tabel 7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

VARIABEL	Cronbach Alpha	Jumlah Item Pertanyaan	Keterangan
Kualitas Informasi (X <sub>1</sub> )	0,7677	7	Reliabel
Reputasi Aplikasi (X <sub>2</sub> )	0,7694	5	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,7862	4	Reliabel

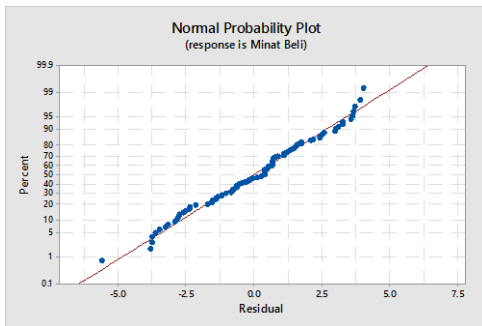
Sumber: Data Olahan, 2020

Dari Tabel menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable*. Untuk selanjutnya variabel-variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

**Hasil Uji Normalitas Data**

**Gambar 1**

**Hasil Uji Normalitas Data dengan P-Pplot**



Sumber : Data Olahan, 2020

Dari gambar terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta arah penyebarannya mengikut arah garis diagonal. Dapat diartikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Grafik

tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Tabel 8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

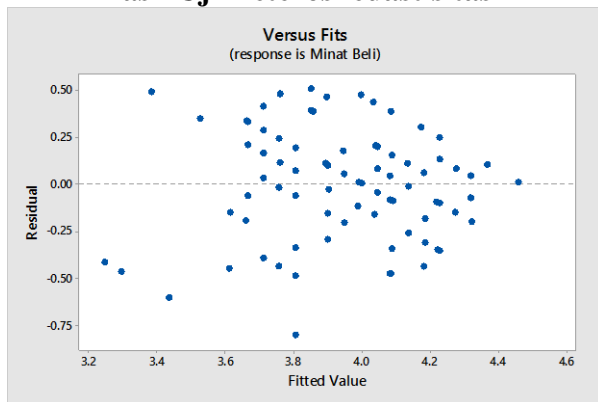
Term	Coef	VIF
Kualitas Informasi	0.3474	1.73
Reputasi Aplikasi	0.3655	1.73

Dependent Variable: Minat Beli  
Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 untuk semua variabel bebas, begitu juga dengan nilai *tolerance (coef)* > 0,10. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari pengaruh multikolinieritas.

## Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data Olahan, 2020

Dari gambar terlihat bahwa data yang digunakan telah tersebar, dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Setelah dilakukan uji asumsi klasik, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak ada yang melanggar uji asumsi klasik, sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai pengaruh kualitas informasi dan reputasi aplikasi terhadap minat beli tiket bioskop online di XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru. Dengan persamaan berdasarkan hipotesis yang dikembangkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Informasi

X2 = Reputasi Aplikasi

$\varepsilon$  = Error

Dari pengolahan data komputer program Minitab 18, maka persamaan regresi berganda akan terlihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 10**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Term	Coef	SE Coef	T-Value	P-Value
Constant	-1.68	1.98	-0.85	0.398
Kualitas Informasi	0.3474	0.0877	3.96	0.000
Reputasi Aplikasi	0.3655	0.0965	3.79	0.000

a. Dependent Variable: Minat Beli  
Sumber : Data Olahan, 2020

Dari Tabel terdapat nilai konstanta dan nilai-nilai koefisien regresi linier berganda untuk masing-masing variabel bebas. Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat ditentukan model regresi linier berganda yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = -1,68 + 0,347X_1 + 0,365X_2 + \varepsilon$$

Dapat dijelaskan hubungan dari masing-masing variabel sebagai berikut:

**a** = Nilai konstanta (a) sebesar -1,68. Artinya adalah apabila variabel kualitas informasi ( $X_1$ ), reputasi aplikasi ( $X_2$ ), diasumsikan nol (0), minat beli bernilai -1,68.

**b<sub>1</sub>** = Nilai koefisien regresi variabel kualitas informasi ( $X_1$ ) sebesar 0,347. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel kualitas informasi ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel minat beli (Y) sebesar 0,347 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

**b<sub>2</sub>** = Nilai koefisien regresi variabel reputasi aplikasi ( $X_2$ ) sebesar 0,365. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel reputasi aplikasi ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan maka



akan meningkatkan variabel minat beli (Y) sebesar 0,365 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

## PEMBAHASAN PENELITIAN

### Hasil Pengujian Hipotesis

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Hipotesis**

Term	Coef	SE Coef	T-Value	P-Value
Constant	-1.68	1.98	-0.85	0.398
Kualitas Informasi	0.3474	0.0877	3.96	0.000
Reputasi Aplikasi	0.3655	0.0965	3.79	0.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel maka dapat dijelaskan pengaruh antara variabel independen dengan dependen sebagai berikut :

### **Kualitas Informasi Berpengaruh Terhadap Minat Beli**

Dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,96 > 1,984$  dan nilai  $P_{value} < \alpha = 0,05$  yaitu  $0,00 < \alpha = 0,05$ . Dari hasil pengujian tersebut, maka terdapat keputusan yaitu kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sehingga Hipotesis<sub>1</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi TIX ID berpengaruh terhadap minat beli tiket bioskop *online*.

Kualitas merupakan suatu keunggulan yang dimiliki oleh sebuah produk. Untuk mendapatkan produk yang berkualitas maka diperlukan suatu standarisasi. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan mencari produk yang baru. Perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas produk akan menanggung kehilangan konsumen sehingga

penjualan produknya akan menurun

Para pengguna aplikasi TIX ID di Bioskop XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru memiliki kepercayaan yang tinggi pada aplikasi TIX ID, dari tingginya persentase jawaban setuju bahwa aplikasi TIX ID sangat membantu pembeli merupakan informasi yang *update*, memberikan informasi yang tepat waktu, memberikan informasi yang akurat, lengkap, detail, dan jelas untuk panduan transaksi di aplikasinya.

### **Reputasi Aplikasi Berpengaruh Terhadap Minat Beli**

Dari Tabel dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,79 > 1,984$  dan nilai  $P_{value} < \alpha = 0,05$  yaitu  $0,00 < \alpha = 0,05$ . Dari hasil pengujian tersebut, maka terdapat keputusan yaitu reputasi aplikasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sehingga Hipotesis<sub>2</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi aplikasi TIX ID berpengaruh terhadap minat beli tiket bioskop *online*.

Reputasi merupakan citra dalam suatu perusahaan, dipegang oleh pegawai, *konsumen*, *supplier*, *distributor*, kompetitor, dan publik. Kunci utamanya adalah reputasi terdiri dari beberapa pendapat bagaimana pengguna melihat perusahaan. Reputasi merupakan perwujudan dari pengalaman seseorang tentang produk, ataupun pelayanan yang mereka dapatkan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa pengguna mendapatkan produk yang mereka inginkan.

Para pengguna aplikasi TIX ID di Bioskop XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru

memiliki kepercayaan yang tinggi pada reputasi aplikasi yang terlihat, dari tingginya persentase jawaban setuju yang diberikan responden pada salah satu item pertanyaan tentang aplikasi TIX ID yang mampu memberikan tingkat pelayanan yang tinggi sehingga memiliki kredibilitas dimata konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa aplikasi TIX ID dapat dipercaya serta bertanggung jawab dan memberikan informasi yang berkualitas dengan segala inovasi

### Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dalam hal ini untuk mengetahui apakah kualitas informasi dan reputasi aplikasi secara bersama-sama mempengaruhi minat beli tiket bioskop *online*. Hasil Uji F dapat dilihat di tabel berikut ini :

**Tabel 12**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	378.015	2	189.008	42.96	.000 <sup>b</sup>
	Residual Error	417.985	95	4.400		
	Total	796.000	97			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi dan Reputasi Aplikasi

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan Tabel di atas, diketahui bahwa F hitung (42,96) > F tabel (3,09) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas informasi dan reputasi aplikasi yang bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat beli tiket bioskop online. Para pengguna aplikasi TIX ID di Bioskop XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru memiliki kepercayaan yang tinggi pada kualitas informasi dan reputasi aplikasi TIX ID dapat dipercaya serta bertanggung jawab dan memberikan

informasi yang berkualitas dengan segala inovasi. Sangat membantu pembeli mendapatkan informasi yang *update*, memberikan informasi yang tepat waktu, memberikan informasi yang tepat, lengkap, detail, dan jelas untuk panduan transaksi di aplikasinya

### Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) berarti semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel terikat.

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	44.08%	47.49%	46.38%	2.09758

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi dan Reputasi Aplikasi

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan Tabel yang di atas, diperoleh nilai R sebesar 44,08% dan R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 47,49%. Koefisien determinasi atau *AdjustedR*<sup>2</sup>0,4638 memberi penjelasan bahwa 46% Minat Beli dipengaruhi oleh Kualitas Informasi dan Reputasi Aplikasi, sedangkan 54% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dari presentase tersebut dapat disimpulkan bahwa masih banyak terdapat faktor individual yang dapat dijelaskan oleh variabel lain yang mempengaruhi minat beli.

### Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah kualitas informasi dan reputasi aplikasi berpengaruh terhadap minat beli tiket bioskop *online*. Dalam penelitian ini

yang menjadi populasi adalah pengguna aplikasi *online* TIX ID di Bioskop XXI Mall Ciputra Seraya Kota Pekanbaru. Dimana hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: Hipotesis pertama menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli tiket bioskop online. Hal ini disebabkan karena kualitas informasi baik, yang diberikan suatu aplikasi dapat menumbuhkan minat pembeli, artinya semakin bagus kualitas maka minat terhadap suatu produk juga akan tinggi. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa reputasi aplikasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli tiket bioskop *online*. Jika tingkat reputasi tinggi, maka minat beli akan tinggi pula. Jadi, terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat reputasi penjual dengan minat beli. Semakin baik reputasi suatu perusahaan maka akan semakin menarik minat beli konsumen yang pada akhirnya juga akan berdampak positif terhadap keputusan pembelian. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas informasi dan reputasi aplikasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli tiket bioskop *online*.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pengelola Mall Ciputra Seraya Pekanbaru khususnya Bioskop XXI Pekanbaru atas kemudahan dalam pengumpulan data penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akdon, dan Riduwan. 2013. Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Arista, E. Desi., & Astuti, Sri Rahayu Tri. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Aset*. ISSN 1693-928X. 13 (1). 37-45.
- Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Alfi arif, wahyu, winda. 2014. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing system (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (studi empiris pada PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 9 JEMBER). Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi. Universitas Jember (UNEJ).
- Achmad Safrizal Yafie, Suharyono, Yusri Abdillah. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Food dan Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 35. No 2. Universitas Brawijaya. Malang.
- Dian Septiayu Fendini, Kertahadi, dan Riyadi. 2013. Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna. Malang: Universitas Brawijaya.
- Fitri, yeni. 2013. Pengaruh Keunggulan Bersaing Differensiasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada KFC Di Kota Padang. Universitas Negeri Padang: *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Vol 2, No.4, (2013) 1-7.
- Gregg, D.G & Walczak, S. 2010. The Relationship Between Website Quality, Trust and Price Premiums at Online Auctions. *Journal Electronic Commerce Research*. 10 (1), pp 1-25.

- Ghozali, Imam. 2011. Analisis Multivariate dengan program SPSS. Edisi 4. BP UNDIP. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. Program Aplikasi Analisis Multivariate. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haekal, Azwar & Bambang Widjajanta. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Membeli Secara Online pada Pengunjung Website Classifieds di Indonesia. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, Vol. 1, No. 1.
- Heizer, Jay dan Barry Render. (2015), *Operations Management (Manajemen Operasi)*, ed.11, Penerjemah: Dwianoegrahwati S dan Indra Almahdy, Salemba Empat, Jakarta.
- Christera Kuswahyu Indra dan Desti Dirnaeni. 2017. Pengaruh Pemanfaatan M-TIX Terhadap Minat Pembelian Tiket Bioskop online di XXI Mall Metropolitan Bekasi. *UG Jurnal*, ISSN 1978-4783, Vol.11 No.12.
- Jufri, M. 2019. “pengaruh kualitas informasi, kualitas interaksi layanan dan kualitas usability terhadap minat beli (studi kasus pada mahasiswa pengguna buka lapak.com. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.
- Ragil, Umi Karimah. 2018. “pengaruh reputasi toko dan persepsi kemudahan terhadap minat beli online pada situs Lazada.co.id dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi (studi kasus pada mahasiswa STIE Putra Bangsa Kebumen. STIE Putra Bangsa Kebumen.
- Kurniawati, Dita. 2017. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Oleh Perangkat Desa Gandulan Kecamatan Kaloran Kabupaten Temanggung. Jurusan Pendidikan Administrasi, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kadek, Riski, Iyus. 2019. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia.
- Kristiono dan Hengky Honggo (2015), Analisis Pengaruh Kualitas Informasi Website Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Belanja Online, *STMIK GI MDP*, hal: 1-15.
- Ling, K.C., Chai, L.T., & Piew, T.H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), 63–76.  
<https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63>.
- Lesmana, Adi Seno. 2014. Analisis Pengaruh Iklan, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Handphone Pada Situs Layanan Iklan Baris Online. *Skripsi*

- (Tidak diterbitkan). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Marlien & Probo.2010. Pengaruh Reputasi, Privasi, Dan Keamanan Terhadap Kepercayaan (Trust) Pengguna Internet Di Semarang Dalam Sistem E-Commerce. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 86-101.
- Noradiana, D. A., & Setyanto, A. E. 2012. Kepercayaan Kepada Penjual dan Minat Beli Dalam Jual Beli Online (Hubungan Antara Tingkat Reputasi, Kualitas Testimonial, dan Kualitas Informasi dengan Minat Beli Dalam Jual Beli Online di Forum Jual beli (FJB) [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id) pada Member Kaskus Regional, 1-20.
- Nanda, Syahnaz bella fidayanti dan Wahyono.2016. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. Jurnal: Management Analysis Journal. Semarang.
- Rukmiyati, Ni Made Sri dan I Ketut Budiarta. 2016. Pengaruh kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris Pada Hotel Berbintang di Provinsi Bali). ISSN: 2337-3067. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.1: 115-142.
- Rizky, M.F. & Yasin, H. 2014. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.
- Jurnal Manajemen & Binsis, Vol. 14(2), hal. 135-143.
- Sugiyono.2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.