

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini dapat kita lihat kehidupan sehari-hari, banyak orang-orang yang selalu sibuk dengan pekerjaan dan rutinitas harian. Cuaca sekarang ini juga tidak menentu kadang panas dan kadang hujan, hal tersebut membuat orang-orang menjadi penat dan menyebabkan banyak orang pasti butuh suatu sarana untuk melepas ketegangan akibat rutinitas yang mereka lakukan, karena jika bekerja yang terlalu lama maka mereka akan jenuh dengan pekerjaannya dan akan menyebabkan stress. Stress paling sering dialami di tempat kerja, akibat guncangan ekonomi yang berkepanjangan. Untuk menghilangkan kejenuhan maka hiburan salah satunya untuk menghibur diri demi mendapatkan kesegaran fisik, mental dan emosional dalam diri. Salah satunya untuk menghindari hal tersebut ketika sudah merasa jenuh dapat diantisipasi dengan kegiatan untuk memperoleh hiburan untuk kesehatan mental yang didapat seperti menonton film. Menonton film dapat dilakukan di rumah dengan menonton televisi. Menonton film pun juga dapat dilakukan diluar yaitu di bioskop.

Namun banyak sebagian besar orang yang bagi mereka sibuk dan malas untuk keluar sejenak, maka dengan kemudahan teknologi zaman sekarang ini semua aktivitas sehari-hari dapat dilakukan secara online. Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin berkembang, menunjukkan kemudahan dan kenyamanan untuk masyarakat sehingga

informasi dapat di akses melalui internet, karena semakin padatnya kesibukan masyarakat lebih memilih memesan tiket secara online melalui aplikasi.

Kemudahan aplikasi pembelian tiket secara online akan memberikan banyak sekali keuntungan yaitu kita bisa beli tiket lebih dulu, tidak perlu mengantri untuk membeli tiket, tidak perlu datang dari pagi untuk mendapatkan posisi duduk atau best view yang paling nyaman, menghindari kerumunan, tidak dikejar waktu, metode pembayaran beragam, dan mendapatkan diskon. Kemudahan dan kenyamanan itulah yang membuat masyarakat kini beralih menggunakan *electronic commerce* atau *e-commerce* dalam kegiatan jual beli.

*E-commerce* adalah aktifitas penjualan dan pembelian barang atau jasa melalui fasilitas internet. *E-commerce* dapat dilakukan juga oleh siapapun, tanpa dibatasi ruang dan waktu menurut Aribowo & Nugroho dalam (Ifan et al., 2019). Internet adalah singkatan dari *Interconnected Network*. Internet merupakan sistem komunikasi yang menghubungkan jaringan-jaringan computer yang ada di seluruh dunia menurut Hendrianto dalam (Ifan et al., 2019). *E-commerce* sendiri merupakan perubahan dari pemasaran fisik beralih ke pemasaran digital. *E-commerce* kini jadi pilihan sebagian besar masyarakat yang bagi mereka sibuk dan tidak sempat pergi ke toko konvensional. Hal ini dapat menarik perhatian bagi para pelaku bisnis seperti dunia hiburan yaitu bioskop untuk memberikan pelayanan pembelian tiket secara online dengan layanan

yang terbaik, agar dimata pelanggan menjadi percaya dan melakukan transaksi keputusan pembelian secara online.

Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai suatu keputusan yang diambil oleh seorang pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak oleh Philip Kotler yang diterjemahkan oleh A.B Susanto dalam (KUSNANTO et al., 2020). Keputusan pembelian konsumen tidak bisa muncul begitu saja dikarenakan banyak faktor-faktor yang mempengaruhinya, adapun penyebab-penyebab yang dapat memberikan dampak terhadap keputusan pembelian yaitu seperti kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang diberikan, kualitas *website* yang ditampilkan, serta gaya hidup dari konsumen itu sendiri.

Pada industri bisnis yang berorientasi pada pelanggan, kualitas layanan telah menjadi salah satu faktor penentu dalam keberhasilan suatu bisnis tersebut, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensi yang didapat yaitu pelanggan akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang lebih memberikan pelayanan yang memuaskan dan memberikan tanggapan keluhan yang baik bagi konsumennya menurut Kotler & Keller dalam (Yusuf et al., 2020)

Kualitas layanan yang baru khususnya di dunia *e-commerce* adalah kualitas layanan berbasis web. Kualitas layanan elektronik (*E-Service Quality*) adalah tingkat *website* dapat memfasilitasi secara efisien dan efektif untuk melakukan pembelian, penjualan, dan pengiriman baik produk maupun jasa menurut Anggraen & Yasa dalam (Yusuf et al., 2020)

*E-Service Quality* adalah sebuah bentuk kualitas layanan yang lebih luas dengan media internet yang menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kegiatan berbelanja secara efektif dan efisien menurut Chase, Jacobs, & Aquilano dalam (NASIR, 2016). Secara dari konsep *service quality* dan *e-service quality* mempunyai fungsi yang sama yaitu perbandingan persepsi pelanggan pada layanan yang diterima dengan harapan yang diinginkan pelanggan. Sehingga hal tersebut yang diharapkan dapat terciptanya peningkatan penjualan yang akan berimbas pada hubungan penjual dengan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Secara umum menurut peneliti, *e-service quality* merupakan penilaian secara keseluruhan konsumen dengan keunggulan atau kualitas layanan yang tersedia di pasar virtual.

Disamping dari kualitas layanan elektronik atau *e-service quality* yang diberikan, tentunya juga dipertimbangkan bagaimana kualitas *website* atau *e-website quality* agar dapat memudahkan transaksi dengan konsumen. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Ifan et al., 2019) didapati hasil bahwa kualitas *website* merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Faktor pendukung yang mendorong konsumen melakukan kegiatan *e-commerce* adalah *kualitas website*. *Website quality* merupakan salah satu metode pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir. *Website* suatu perusahaan harus mempresentasikan kehadiran perusahaan tersebut dimata pelanggan agar secara tidak nyata konsumen menjadi percaya dan melakukan transaksi secara daring melalui *website*

perusahaan menurut Ghafiki & Setyorini dalam (Ifan et al., 2019). Kualitas sebuah *website* diukur menggunakan metode Webqual berdasarkan persepsi pengguna dengan menggunakan tiga indikator antara lain yaitu kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi (*interaction quality*). Dari hal tersebut perusahaan harus menampilkan kualitas website yang terbaik untuk konsumen. Seiring berkembangnya tren digital, gaya hidup juga menjadi faktor konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tiket secara online.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang sehari-hari yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapat (opini). Menurut Kotler dan Keller dalam (V. E. Sari, 2019) gaya hidup melukiskan “keseluruhan pribadi seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Masyarakat sekarang ini perlahan berubah cenderung menyukai sesuatu yang bersifat cepat, mudah dan praktis yang dapat dilakukan melalui *smartphone*. Dengan adanya *smartphone* apapun kebutuhan bisa didapatkan dengan mudah ditambah saat ini banyaknya *e-commerce* yang membuat masyarakat memilih untuk melakukan pembelian secara online karena lebih praktis dan hemat waktu. Gaya hidup di era yang milenial ini banyak masyarakat tidak bisa lepas dari teknologi atau dunia digital yang segala sesuatunya bisa dilakukan dengan mudah. Seiring maraknya situs *online* konsumen bisa membeli tiket melalui situs yang menyediakan *booking* tiket. Hal ini mengubah gaya hidup konsumen yang awalnya melakukan transaksi *face to face* menjadi pembelian secara *online*.

Satu-satunya tempat hiburan bioskop yang berada di Ponorogo yaitu Cinepolis, yang berlokasi di jalan Ir. H Juanda, Tonatan, Ponorogo, lokasinya berada di kota, serta berada di dalam mall Ponorogo City Center. Menurut yang diketahui oleh peneliti, bioskop Cinepolis ini menjadi salah satu tujuan saat masyarakat membutuhkan hiburan untuk menghilangkan stres.

Cinepolis Ponorogo mungkin cukup terkenal di wilayah Ponorogo dan sekitarnya, namun ketika peneliti melakukan observasi ditemukan beberapa hal yang menarik atau fenomena. Cinepolis Ponorogo sendiri untuk mengakses webnya terkadang masih eror dan menjadi banyak orang yang malas untuk membeli tiket melalui aplikasi, dengan hal tersebut menimbulkan cinepolis semakin hari semakin sepi pengunjungnya. Padahal kalau membeli tiket melalui aplikasi tidak perlu mengantri lagi dan berangkat lebih awal untuk mendapatkan bangku best viewnya dan dari faktor gaya hidup yaitu kepribadian, mungkin tidak menyukai hiburan.

Banyak riset yang dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Setiadi, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Service Quality berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian produk Labbaik Chicken, yang berarti semakin baik pelayanan yang diberikan akan meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya yaitu penelitian (Chotimah, 2019). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel Kualitas Website berpengaruh signifikan

Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Mobile Shopee, yang berarti bahwa kualitas website yang baik dan faktor kualitas website terbukti mampu meningkatkan tingkat keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya yaitu penelitian (V. E. Sari, 2019). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Lifestyle (Gaya Hidup) berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.com di Ponorogo, yang berarti aktivitas lingkungan sekitar yang banyak melakukan gaya hidup digital pada pembelian tiket secara online dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka penulis melakukan penelitian atas faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian di Cinepolis Ponorogo yang meliputi *E-Serqual*, *E-Webqual* dan Gaya Hidup. Sehingga penelitian ini mengambil judul “**Pengaruh *E-Serqual*, *E-Webqual* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian E-Tiket Pada Aplikasi Cinepolis (Studi Pada Masyarakat Ponorogo)**”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka disusunlah rumusan masalah yang menjadi pokok penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah ada pengaruh *E-Website Quality* terhadap keputusan pembelian?

3. Apakah ada pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah ada pengaruh *E-Service Quality*, *E-Website Quality*, dan Gaya Hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Agar penelitian menjadi lebih terfokus, maka perlu dikemukakan tentang tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian e-tiket pada aplikasi cinepolis
2. Untuk mengetahui Pengaruh *E-Website Quality* terhadap keputusan pembelian e-tiket pada aplikasi cinepolis
3. Untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian e-tiket pada aplikasi cinepolis
4. Untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Website Quality*, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian e-tiket pada cinepolis

#### **Manfaat penelitian :**

Selain mempunyai tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dengan masalah penelitian yang serupa. Adapun manfaat penelitian ini adalah

1. Untuk Mahasiswa

Setelah melakukan penelitian, mahasiswa akan lebih banyak mendapatkan ilmu atau pengetahuan dari fenomena fenomena diluar lingkungan.



2. Untuk Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi keterlibatan tentang keputusan pembelian serta menjadi acuan kedepannya untuk menyusun sebuah proposal tentang keputusan pembelian.

3. Untuk Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu pertimbangan untuk Cinepolis Ponorogo kedepannya dalam meningkatkan keputusan pembelian terhadap pembelian tiket nonton.

4. Untuk Pihak Lain

Penelitian ini mampu memberikan informasi yang memiliki sifat menambah wawasan bagi pihak lain, yang memungkinkan dapat dijadikan rujukan untuk pembuatan proposal maupun riset kedepannya.

