

**PENGARUH PROMOSI BUY ONE GET ONE DAN *E- WORD OF MOUTH* PADA
PEMBELIAN TIKET BIOSKOP ONLINE TERHADAP MINAT BELI
MELALUI APLIKASI TIX ID**

TUGAS AKHIR



**INAYAH CENDRA HADI
1201001034**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan
semua sumber baik yang di kutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan
benar**

Nama : Inayah Cendra Hadi

NIM 1201001034

Tanda tangan : 

Tanggal : 1 September 2024

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Inayah Cendra Hadi

NIM : 1201001034

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi *Buy One Get One* dan *E- Word Of Mouth* pada Pembelian Tiket Bioskop Online terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Tix Id

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Muhamad Amin, ST., MMSI.



Penguji I : Holila Hatta, S.Pd., MM



Penguji II : Dominica A. Widyastuti, SE.MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal 01

September 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Pengaruh Promosi Buy One Get One dan E- Word Of Mouth pada Pembelian Tiket Bioskop Online terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Tix Id”.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada::

- Bapak Dr. Muhamad Amin, ST., MMSI. selaku pembimbing skripsi yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
- Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM dan Ibu Dominica A. Widyastuti, SE.MM selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan tanggapan dalam menyempurnakan Tugas Akhir.
- Kedua orang tua dan teman-teman prodi manajemen angkatan 2020 yang sudah mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi
- Bagas Alif terimakasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Yang menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran ataupun materi kepada saya, dan memberi semangat untuk terus maju.

Penulis berharap semoga skripsi yang sudah dibuat ini bisa dijadikan pengetahuan dan referensi bagi para pembaca. Apabila ada kesalahan dan kekurangan mohon maaf, maka dari itu penulis sangat menerima kritik dan saran dari para pembaca agar bisa lebih baik untuk kedepannya

Jakarta, 1 September
2024



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Inayah Cendra Hadi

NIM 1201001034

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive Royalty- Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh Promosi Buy One Get One dan E- Word Of Mouth pada Pembelian Tiket Bioskop Online terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Tix Id.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/format kan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 1 September
2024



**PENGARUH PROMOSI BUY ONE GET ONE DAN E- WORD OF MOUTH PADA
PEMBELIAN TIKET BIOSKOP ONLINE TERHADAP MINAT BELI
MELALUI APLIKASI TIX ID**

INAYAH CENDRA HADI¹

ABSTRAK

Minat Beli merupakan salah satu hal mempengaruhi suatu market, bagaimana faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan dalam pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh promosi *Buy One Get One* dan *E- Word Of Mouth* pada Pembelian Tiket Bioskop Online terhadap Minat Beli melalui Aplikasi Tix Id. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna yang ingin menggunakan/ sudah menggunakan aplikasi Tix Id yang domisili di daerah Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 139 Responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini ada *Non- Probability Sampling* dengan metode analisis data adalah regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan *software* SPS. Teknik Analisis data pada penelitian ini. Pertama, Uji Kelayakan model yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas. Kedua, Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Ketiga, uji hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (T), Uji Simultan (F), dan Determinasi Koefisien (R^2). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwasannya variabel Promosi *Buy One Get One* berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat beli, lalu *E- Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli.

Kata kunci: Promosi Buy One Get One, E- Word Of Mouth, Minat Beli, Tix Id

THE EFFECT OF BUY ONE GET ONE AND E-WORD OF MOUTH PROMOTIONS ON ONLINE CINEMA TICKET PURCHASES ON BUYING INTEREST THROUGH THE TICKET ID APPLICATION

INAYAH CENDRA HADI¹

ABSTRACT

Purchase interest is one of the things that influences a market, what factors influence consumers to make purchasing decisions. This research aims to analyze how much influence the Buy One Get One and E-Word of Mouth promotions have on online cinema ticket purchases on purchase interest via the Tix Id application. The population of this research are users who want to use/have already used the Tix ID application who live in the Jakarta area with a sample size of 139 respondents. The sampling technique in this research is Non-Probability Sampling with the data analysis method being multiple linear regression using SPS software. Data analysis techniques in this research. First, the model feasibility test which consists of Validity and Reliability Tests. Second, the Classic Assumption Test which consists of the Normality Test, Multicollinearity Test and Heteroscedasticity Test. Third, hypothesis testing consisting of Partial Test (T), Simultaneous Test (F), and Coefficient Determination (R²). The results of the research show that the Buy One Get One Promotion variable has a significant influence on the Purchase Interest variable, then E-Word of Mouth has a significant influence on the Purchase Interest variable.

Keywords: *Buy One Get One Promotion, E-Word Of Mouth, Purchase Interest, Tix Id*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktisi.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 <i>E- word of mouth</i>	13
2.1.1 Pengertian <i>E- word of mouth</i>	13
2.1.2 Indikator <i>E- word of mouth</i>	13
2.2 Marketing Mix.....	13
2.2.1 Pengertian Marketing Mix.....	13
2.2.2 Pengertian Promosi.....	15
2.2.3 Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	16
2.2.4 Promosi Promo Buy One Get One.....	17
2.3 Minat Beli.....	18
2.3.1 Pengertian Minat Beli.....	18
2.3.2 Indikator Minat Beli.....	18
2.4 Penelitian Terdahulu.....	19
2.5 Kerangka Berfikir.....	21
BAB III.....	22
METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Lokasi Penelitian.....	22

3.3 Variabel Penelitian C Operasional Variabel.....	22
3.3.1 Variabel penelitian.....	22
3.3.2 Operasional Variabel	23
3.4 Metode Pengumpulan Penelitian.....	25
3.4.1 Sumber Data	26
3.4.2 Skala Pengukuran	26
3.5 Populasi C Sampel.....	27
3.5.1 Populasi	27
3.5.2 Sampel.....	27
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.6.1 Uji Instrumen	28
3.6.2 Statistik Deskriptif.....	30
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.4 Uji Kelayakan Model	31
3.6.5 Uji Hipotesis.....	32
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil	33
4.1.1 Pre- Test Kuesioner	33
4.1.2 Statistik Deskriptif.....	34
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
4.1.4 Uji Kelayakan Model	37
4.1.5 Uji Hipotesis.....	38
4.1.6 Koefisien Determinasi (R ²)	39
4.2 Pembahasan	40
BAB V.....	42
KESIMPULAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	25
Table 4 1 Hasil Uji Validitas	33
Table 4 2 Hasil Uji Reliabilitas	34
Table 4 3 Hasil Uji Normalitas.....	35
Table 4 4 Hasil Uji Multikolinearitas	36
Table 4 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	37
Table 4 6 Hasil Regresi Linear Berganda.....	37
Table 4 7 Hasil Uji T.....	38
Table 4 8 Koefisien Determinasi	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rating Tix Id.....	2
Gambar 1.2 Rating CGV.....	2
Gambar 1.3 Rating Cinepolis.....	2
Gambar 1.4 Rating M-Tix.....	2
Gambar 1.5 Promo Aplikasi Tix Id.....	3
Gambar 1.6 Promo Aplikasi CGV.....	3
Gambar 1.7 Promo Aplikasi Cinepolis.....	4
Gambar 1.8 Promo Aplikasi M- Tix.....	4
Gambar 1.9 Promo Tix Id.....	5
Gambar 1.10 Konsumen Promosi.....	6
Gambar 1.11 Bentuk E-WOM Konsumen.....	6
Gambar 1.12 Promosi Tix Id.....	7
Gambar 1.13 Promosi Tix Id.....	7
Gambar 1.14 Ilustrasi Bentuk E-WOM.....	8
Gambar 1.15 Ilustrasi Bentuk WOM.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	17
Gambar 4.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	30