

**DETERMINAN *REPURCHASE INTENTION*: STUDI PADA
GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI TIKET BIOSKOP *ONLINE*
DI JAKARTA**



Intelligentia - Dignitas

FERDIANSYAH

1705621085

SKRIPSI

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu Persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

**DETERMINANTS OF REPURCHASE INTENTION: A STUDY ON
GENERATION Z ONLINE CINEMA TICKET APPLICATION
USERS IN JAKARTA**



Intelligentia - Dignitas

FERDIANSYAH

1705621085

THESIS

This thesis was written to fulfill one of the requirements for obtaining a Bachelor of Management degree from the Faculty of Economics and Business, Jakarta State University.

**MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

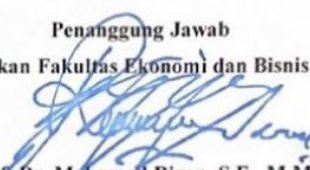
2025

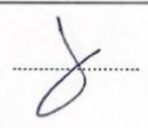
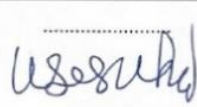
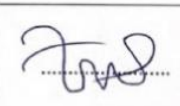
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E, M.BA NIP.1972012520021210 02 (Ketua)		30/7 2025
2	Dr. Andrian Haro, S.Si, MM NIP.1985092420140410 02 (Penguji 1)		20/7 2025
3	Dr. Ryna Parlyna, MBA NIP.1977011120081220 03 (Penguji 2)		30/7 2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP.1970021220081210 01 (Pembimbing 1)		30/7 2025
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP.1994092220220320 12 (Pembimbing 2)		30/7 2025

Nama : Ferdiansyah
No. Registrasi : 1705621085
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 28 Juli 2025

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ferdiansyah
NIM : 1705621085
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / SI Manajemen
Alamat email : ferdiwd29@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Determinan *Repurchase Intention*: Studi pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiket Bioskop

Online di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Agustus 2025

Penulis

(Ferdiansyah)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ferdiansyah
TTL : Bogor, 29 Desember 2002
Jurusan/Fakultas : SI Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Kampus : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini merupakan karya asli yang saya buat dan belum pernah digunakan oleh pihak manapun untuk memperoleh gelar sarjana, baik di lingkungan Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh, serta sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Ferdiansyah

NIM. 1705621085

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *repurchase intention* pada generasi Z pengguna aplikasi TIX ID di Jakarta. Studi ini meneliti pengaruh antara *perceived ease of use*, *discount*, *trust*, *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* bagi generasi Z pengguna aplikasi TIX ID. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei daring yang didistribusikan melalui platform media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Populasi penelitian mencakup individu berusia 17-27 tahun yang telah menggunakan dan berniat melakukan pembelian ulang menggunakan TIX ID. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan responden sebanyak 292 orang. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software AMOS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* namun tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. *Discount* serta *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention*. Sementara itu, *customer satisfaction* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa *perceived ease of use*, *discount*, dan *trust* menjadi faktor utama yang mendorong *repurchase intention* pada generasi Z pengguna TIX ID. Penelitian mendatang disarankan melibatkan responden dari berbagai daerah dan aplikasi *e-ticketing* bioskop, menggunakan kombinasi kuesioner daring dan wawancara untuk meningkatkan validitas data. Selain itu, variabel tambahan seperti harga tiket, kualitas layanan, pengalaman pengguna, dan efektivitas promosi digital dapat dipertimbangkan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor yang memengaruhi *repurchase intention*.

Kata Kunci: *perceived ease of use*, *discount*, *trust*, *customer satisfaction*, *repurchase intention*, tix id

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing repurchase intention among Generation Z users of the TIX ID application in Jakarta. It examines the effects of perceived ease of use, discount, trust, and customer satisfaction on repurchase intention. A quantitative approach was employed using an online survey distributed via social media platforms such as WhatsApp and Instagram. The study population consisted of individuals aged 17–27 who had used and intended to repurchase tickets via TIX ID. Purposive sampling was applied, resulting in 292 respondents. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 26 software. The results show that perceived ease of use has a positive and significant effect on repurchase intention but does not affect customer satisfaction. Discount and trust both have positive and significant effects on customer satisfaction and repurchase intention. Meanwhile, customer satisfaction does not significantly affect repurchase intention. These findings indicate that perceived ease of use, discount, and trust are the main drivers of repurchase intention among Generation Z TIX ID users. Future research is recommended to involve respondents from various regions and cinema e-ticketing applications, using a combination of online questionnaires and interviews to improve data validity. Furthermore, additional variables such as ticket price, service quality, user experience, and the effectiveness of digital promotions can be considered to provide a more comprehensive picture of the factors influencing repurchase intention.

Keywords: *perceived ease of use, discount, trust, customer satisfaction, repurchase intention, tix id*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Determinan *Repurchase Intention*: Studi pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiket Bioskop *Online* di Jakarta”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas limpahan nikmat dan kemudahan yang tiada henti selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A selaku Koordinator program studi S1 Manajemen.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberi bimbingan serta masukan dalam penyusunan Skripsi.

5. Ibu Meta Bara Berutu, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberi bimbingan serta masukan dalam penyusunan Skripsi.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapakku Mad Soleh dan Umiku Suhana yang telah memberikan dukungan penuh, doa, serta semangat dan motivasi selama penyusunan skripsi ini. Doa dan dukungan mereka adalah salah satu alasan peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini.
7. Kedua kakak yaitu Ardiansyah dan Septia Ningsih yang telah memberikan dukungan, semangat, dan memotivasi penulis untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini.
8. Pemilik Nomor Induk Mahasiswa 1712423004 (SMC). Terimakasih telah menemani penulis dari pertengahan perkuliahan sampai penulis menyelesaikan penelitian ini, memberi dukungan, motivasi, dan semangat serta perhatian kepada penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesainya skripsi ini.
9. Mancore Foundation yaitu Rehan, Zen, Azfa, Akang, Paong yang telah menemani, memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
10. Teman senasib Fadilah Ilham, Kevin Immanuel Supit, Muhamad Lutfiansyah Ibrahim, Raymond, Muhammad Dhava Aditya, Rama Sukma Wardhana, Muhammad Ravi Herwanto, Abiyu Pranaja, Syahrin Azhar Laksono, Rafi Ahmad Fauzan, yang telah menemani, memberikan dukungan, dan mengajak peneliti skripsian selama penyusunan skripsi ini.

11. *Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, bertahan dalam proses yang sangat panjang, melewati rasa lelah, ragu, bahkan ingin menyerah. Mampu mengendalikan diri dari berbagai keadaan yang di luar dugaan. Terimakasih telah percaya bahwa segala usaha, meski perlahan, akhirnya akan sampai pada tujuan. Rayakan apapun yang ada di dalam diri dan jadikan dirimu bersinar.

Penyusunan skripsi ini tentu masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, peneliti sangat mengapresiasi segala bentuk kritik dan saran konstruktif dari berbagai pihak guna meningkatkan kualitas di masa mendatang. Peneliti juga berharap karya ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi para pembaca.

Jakarta, 28 Juli 2025

Penulis,

Ferdiansyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Pendukung.....	14
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	15

2.1.2 <i>Perceived Ease of Use</i>	16
2.1.3 <i>Discount</i>	18
2.1.4 <i>Trust</i>	20
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	23
2.2.1 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.2.2 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	24
2.2.3 <i>Discount</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.2.4 <i>Discount</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	26
2.2.5 <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.2.6 <i>Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	27
2.2.7 <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	28
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.1.1 Waktu Penelitian.....	38
3.1.2 Tempat Penelitian	38
3.2 Desain Penelitian	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel	39
3.4 Pengembangan Instrumen.....	40
3.4.1 Variabel Penelitian.....	40
3.4.2 Operasional Variabel.....	42

3.4.3 Instrumen Pengumpulan Data	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji AVE.....	46
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	47
3.6.4 Uji Kesesuaian Model	47
3.6.5 Uji Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Data.....	51
4.1.1 Karakteristik Responden.....	51
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	53
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan	61
4.2.1 Uji Validitas, AVE, dan Reliabilitas Data	61
4.2.2 Uji Kesesuaian Model	70
4.2.3 Uji Hipotesis.....	73
4.2.4 Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi	86
5.2.1 Implikasi Teoretis	86
5.2.2 Implikasi Praktis.....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	88

5.4 Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunduh dan Rating Aplikasi <i>E-Ticketing</i> di Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Indikator Penelitian	42
Tabel 3.2 Skor Skala <i>Likert</i>	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Beberapa Kriteria.....	53
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	55
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Discount</i>	56
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	57
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	59
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	60
Tabel 4.7 <i>Explanatory Factor Analysis</i> Setiap Variabel.....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	64
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Discount</i>	66
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Trust</i>	67
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	68
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	70
Tabel 4.13 Hasil <i>Full Model</i> SEM AMOS	71
Tabel 4.14 Hasil <i>Fitted Model</i> SEM AMOS	72
Tabel 4.15 Pernyataan Indikator <i>Fitted Model</i>	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Data Generasi dengan Literasi Digital Tinggi.....	3
Gambar 1.3 Jumlah Penonton Bioskop di Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	29
Gambar 4.1 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	64
Gambar 4.2 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Discount</i>	65
Gambar 4.3 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Trust</i>	66
Gambar 4.4 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	68
Gambar 4.5 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	69
Gambar 4.6 <i>Full Model</i>	70
Gambar 4.7 <i>Fitted Model</i>	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Responden.....	105
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	109
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	110
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	111
Lampiran 5 Hasil <i>Output</i> Validitas dan Reliabilitas.....	115
Lampiran 6 Hasil <i>Output First Order</i>	116
Lampiran 7 Hasil <i>Output Full Model</i> SEM AMOS	117
Lampiran 8 Hasil <i>Output Fitted Model</i> SEM AMOS	117
Lampiran 9 Hasil <i>Output</i> Uji Hipotesis	117
Lampiran 10 Hasil Pindai Uji Turnitin.....	118

