

ANALISIS SOCIAL INFLUENCE DAN ATTITUDE TERHADAP INTENTION TO USE PADA PENGGUNA TIX ID DIKOTA SAMARINDA

Riska Suci Rahmadani¹, Rina Masithoh Haryadi², Astrid Napita Sitorus³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : riskasuci2511@gmail.com

Keywords :

Social Influence, Attitude, Intention To Use

ABSTRACT

The objectives of this research are 1). To analyze Social Influence on Intention to use among TIX ID users in Samarinda city. 2). To analyze attitude towards Intention to Use among TIX ID users in Samarinda city.

This research was conducted in the city of Samarinda. The sample 100 respondents using the non probability sampling method with incidental sampling technique. The analytical tool in this research uses Multiple Linear analysis Regression

The research result show that 1). The Social Influence Variable has a significant effect on Intention to Use the reason is because social influence increases with the influence of the surrounding environment which encourages people to use a new system or servise. 2). The attitude variable has a significant Intention to Use because attitude incereaces with interest making their attitude positive towards using the TIX ID

PENDAHULUAN

Pada masa ini perkembangan teknologi sangatlah pesat sehingga tidak dapat dipungkiri hampir seluruh masyarakat indonesia menggunakannya, masyarakat meyakini bahwa teknologi dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari menjadi lebih mudah dan cepat. Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi yang banyak digunakan oleh masyarakat. dengan adanya internet muncul kehadiran aplikasi mobile yang menggunakan internet sebagai penyedia layanan pembelian tiket bioskop secara online yaitu TIX ID.

TIX ID merupakan sebuah aplikasi pembelian tiket bioskop online yang bermain pada platform smarphone, dimana pengguna dapat membeli tiket bioskop dimanapun dan kapanpun tanpa perlu harus menunggu antrian. TIX ID telah menjadi salah satu aplikasi entertainment yang paling berkembang pada tahun ini dengan pilihan bioskop yang tersebar diberbagai wilayah indonesia. TIX ID dirilis pada 21 maret 2018 dan telah diunduh lebih dari 5 juta pengguna di apps store dan playstore. Aplikasi ini diciptakan oleh PT. Nusantara Raya Sejahtera yang mana perusahaan tersebut berdiri sejak tahun 1985 adalah perusahaan besar yang mengoperasikan bioskop XXI,21 dan juga premier.

Selama pandemi dua tahun terakhir, bisnis bioskop mengalami kesulitan karena sektor ini sempat tidak boleh beroperasi bersamaan dengan berbagai pembatasan yang diterapkan

pemerintah. Hal ini secara tidak langsung berdampak bagi TIX ID merka terpaksa melakukan restruksi jumlah pegawai untuk bertahan. Perusahaan lalu beradaptasi menjual beragam voucher platform online streaming.

Tahun 2022, mereka kembali bangkit seiring dengan bangkitnya industri bioskop. Fenomena tersebut ternyata membawa dampak positif kepada TIX ID karena tingginya antrian, aplikasi TIX ID kembali banyak di gunakan bahkan juga menjadi momentum hadirnya ribuan pengguna baru. TIX ID bertengger diposisi pertama di *google play*, sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh oleh masyarakat indonesia

Social Influence merupakan perubahan perilaku individu yang dipengaruhi orang lain terhadap suatu sistem baru yang membuat individu mengikuti sistem tersebut . Pengguna TIX ID di kota Samarinda juga sudah mulai beradaptasi dengan kebiasaan baru untuk membeli tiket secara online. Dalam hal ini TIX ID berusaha menarik perhatian masyarakat agar menggunakan aplikasi TIX ID ketika melakukan pembelian tiket bioskop melalui promo-promo menarik yang ditawarkan. TIX ID berusaha memuaskan konsumen yang dimana penjualan tiket bioskop pada umumnya menjadi lebih terjangkau. Menurut Wang dan Chou dalam Haryono (2015 :4) “ *Social Influence* atau Pengaruh Sosial adalah strategi seseorang mempengaruhi keputusan untuk menggunakan sistem yang ada. Hal ini didukung oleh orang terdekat seperti keluarga, Teman, dan lingkungan sekitar”.

Attitude atau sikap merupakan reaksi perasaan sikap seseorang terhadap suatu objek yaitu dengan perasaan yang mendukung untuk menggunakan sistem yang baru. TIX ID sebagai salah satu penyedia layanan penjualan tiket bioskop online yang mudah digunakan dan dapat diberikan informasi yang dibutuhkan oleh penggunanya. Kenyamanan dan kemudahan dalam penggunaan TIX ID dapat dijadikan sebagai tolak ukur penerimaan TIX ID. Jika pengguna merasa tidak nyaman dan enggan serta merasa sulit untuk digunakan maka TIX ID memiliki potensi kegagalan. Menurut Soerjono Soekanto (2016:213) “ *Attitude* merupakan perasaan seseorang yang umumnya diikuti dengan kecenderungan dalam bertindak terhadap suatu objek, oleh sebab itu objek yang menjadi sasaran diumpamakan stimulus sedangkan attitude merupakan respon dari orang tersebut”.

Menurut Nursiah (2017:43) *Intention To Use* merupakan kesediaan dari sikap yang memotivasi pengguna dan memunculkan keinginan untuk menggunakan suatu hal baru . Penggunaan TIX ID sudah berjalan dengan baik maupun sesuai dengan kebutuhan pengguna, namun pengalaman dalam menggunakan TIX ID yang didukung oleh pengguna lain dalam penilaian aplikasi tersebut mempengaruhi sikap seseorang untuk menggunakan TIX ID. Jika penilaian yang diberikan orang lain baik maka aplikasi tersebut dapat diterima. Sebaliknya, jika penilaian yang diberikan orang lain buruk maka aplikasi tersebut sulit untuk diterima.

Masyarakat sering sekali menonton film dibioskop, tetapi masih banyak juga masyarakat yang belum mengetahui adanya aplikasi TIX ID, maka dari itu *social influence* (Pengaruh Sosial) dan *Attitude* (Sikap) mempengaruhi masyarakat untuk mengetahui adanya aplikasi tix id ini dengan adanya *attitude* bisa mempermudah masyarakat untuk membeli ticket online dimana saja tidak perlu mengantri lagi dibioskop.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *Social Influence* terhadap *Intention To Use* pada aplikasi TIX ID dikota Samarinda
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *Attitude* terhadap *Intention To Use* pada aplikasi TIX ID dikota Samarinda

METODE

Jangkauan Penelitian

Penelitian ini memerlukan batasan – batasan untuk menghindari meluasnya pembahasan masalah dengan tujuan untuk lebih memudahkan dan memperjelas pembahasan hasil penelitian. Penelitian ini membatasi lingkup penelitian hanya pada masyarakat Kota Samarinda, adapun variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini seputar *Social Influence*, *Attitude*, *Intention To Use*

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian Lapangan dalam penelitian ini menggunakan *google form* atau kusioner yang berisikan tentang pertanyaan tertulis kepada responden. Diberikan kepada responden sehingga dapat mengukur sikap dan niat dalam menggunakan aplikasi TIX ID di Kota Samarinda
2. Penelitian kepustakaan merupakan kegiatan untuk mendapatkan data- data sebagai bahan informasi yang berhubungan dengan penelitian. Di lakukan dengan mempelajari atau mencari buu refrensi, hasil penelitian terdahulu dan bahan lainnya yang relevan dengan yang digunakan dalam skripsi

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2015: 80) wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat samarinda yang menggunakan aplikasi TIX ID dilihat dari jumlahnya termasuk kedalam populasi yang tidak diketahui.

Sampel menurut Sugiyono (2015: 81) “ bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu non probability sampling dengan ketentuan sampling insidental, yaitu peneliti memilih siapa aja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap dapat memberikan informasi yang di perlukan

Penentuan jumlah sampel, menurut riduwan (2013:66) dalam menentukan sampel yang populasinya besar dan jumlahnya tidak di ketahui, dapat menggunakan rumus unkown population sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Sumber : Riduwan (2013:66)

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$: Ukuran tingkat kepercayaan dengan $\alpha = 5\%$ atau derajat keyakinan ditentukan 95% ($\alpha = 0,05$ maka $Z_{0,05} = 1,96$)

σ : Standar Deviasi (0,25)

e : Standar error atau kesalahan yang dapat ditoleransi ($5\% = 0,050$ sehingga perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$n = 96,04$ di bulatkan menjadi 100 orang

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak di ketahui maka karena itu peneliti menggunakan teknik non probability sampling. Dengan pengambilan sampel menggunakan insidental sampling dengan total 100 responden menggunakan google forms.

Alat Analisis

Uji Instrumen

Uji Validitas : Menurut Sugiyono (2015:267) menyatakan uji validitas merupakan persamaan data yang di laporkan oleh peneliti dengan data yang di peroleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian. Uji validitas di gunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner

Uji Reabilitas : Menurut Ghazali (2018: 45) menyatakan sebuah kuesioner dinyatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas yang di gunakan adalah one shot atau pengukuran sekali saja. Di sini pengujian hanya sekali dan kemudian hasilnya di bandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antara jawaban dan pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel di katakan reliabel jika memberikan Cronbach Alpha $>0,06$ atau lebih besar dari 0,06

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas : Menurut Ghazali (2018 : 111) menyatakan uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen berdistribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Pengujian normalitas data menggunakan uji (Kolmogorov- smirnov) dalam aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05.

Uji Multikolinearitas : Menurut Ghazali (2018 : 105) tujuan uji multikolinearitas yaitu untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang di dalamnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji Autokorelasi : Menurut Imam Ghazali (2018:107) menyatakan autokorelasi untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu T dengan pengganggu T sebelumnya . Autokorelasi muncul dikarenakan observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Uji Heteroskedastisitas : Menurut Misbahuddin dan Iqbal Hasan (2013 :101) heteroskedastisitas berarti variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi tidak random (acak) tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Misbahudin (2013:159) uji statistik regresi linier berganda untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya.

Dalam penelitian ini variabel adalah Pengaruh Sosial (X1), Sikap (X2) dan Keinginan untuk Menggunakan (Y), sehingga persamaan regresi linier berganda estimasinya.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y : *Intention To Use* (Keinginan Untuk Menggunakan) adalah variabel dependent (variabel terikat)

X_1 : *Social Influence* (Pengaruh Sosial) adalah variabel independent (variabel bebas)

X_2 : *Attitude* (Sikap) adalah variabel independent (variabel bebas)

a : Konstanta adalah suatu nilai tetap berlawanan dengan variabel yang berubah-ubah.

b_1, b_2 : Bilangan yang memuat masing-masing dari variabel yang berubah-ubah.

E : Error (kesalahan)

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui beberapa variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), maka dilakukan dengan uji T dan Koefisien determinasi

1. Uji t

Menurut Imam Ghazali (2013:178) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika uji t statistik signifikan $> 0,05$, maka H_0 di terima
2. Jika uji t statistik signifikan $< 0,05$, maka H_0 di tolak

2. Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018:95) koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut merupakan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel di bawah ini.

Tabel 1 : Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.337	.878		2.663	.009
	Social Influence	.223	.070	.306	3.185	.002
	Attitude	.369	.071	.502	5.219	.000

a. Dependent Variable: Intention To Use

Sumber : (Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 1 diatas hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.337 + 0.223X_1 + 0.369X_2$$

Dimana :

$Y = \textit{Intention to Use}$

$X_1 = \textit{Social Influence}$

$X_2 = \textit{Attitude}$

Berdasarkan model regresi linear berganda diatas, dapat di jelaskan sebagai berikut.

1. Konstanta sebesar 2.337 yang berarti apabila tidak terdapat perubahan pada nilai variabel independen (*Social Influence* dan *Attitude*) maka variabel dependent (*Intention to Use*) nilainya adalah 2.337
2. Koefisien regresi pada variabel *Social Influence* (X_1) sebesar 0.223 dan positif artinya jika variabel *Social Influence* mengalami kenaikan. Maka akan meningkatkan nilai dari variabel *Intention to Use*
3. Koefisien regresi pada variabel *Attitude* (X_2) sebesar 0.369 dan positif artinya jika variabel *Attitude* mengalami kenaikan. Maka akan meningkatkan nilai dari variabel *Intention to Use*

Hasil uji t (parsial)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji parsial dapat dilakukan melalui statistik uji t dengan cara membandingkan nilai Sig. t dengan nilai alpha 0.05 dan juga t_{hitung} dengan t_{tabel} , dasar pengambilan keputusan sebagai berikut.

1. Jika Sig. < 0.05 , atau jika positif ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$, sedangkan jika negative ketika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
2. Jika Sig. > 0.05 , atau jika positif ketika $t_{hitung} < t_{tabel}$, sedangkan jika negatif ketika $t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan sampel sebanyak 100, variabel independen 2 dan taraf nyata 5%, maka didapatkan t_{tabel} sebesar $(\alpha/2; n-k-1) = (0.025; 97) = 1.984$

Tabel 2 : Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.337	.878		2.663	.009
	Social Influence	.223	.070	.306	3.185	.002
	Attitude	.369	.071	.502	5.219	.000
a. Dependent Variable: Intention To Use						

Sumber : (Data diolah peneliti,2023)

Berdasarkan tabel 2 diatas hasil uji t, yang tersaji pada Tabel diatas diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Variabel *Social Influence* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.002, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t_{hitung} didapatkan nilai sebesar $3.185 > t_{tabel}$ (1.984) maka variabel *Social Influence* berpengaruh terhadap variabel *intention to use* . Sehingga hipotesis pertama, H_1 : variabel *social influence* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel *intention to use* “diterima”.
2. Variabel *attitude* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t_{hitung} didapatkan nilai sebesar $5.219 > t_{tabel}$ (1.984) maka variabel *attitude* berpengaruh terhadap variabel *intention to use*. Sehingga hipotesis kedua, H_2 : variabel *attitude* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel *intention to use* “diterima”

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam rangka menerangkan variansi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Jika angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin tinggi. Berikut merupakan hasil dari koefisien determinasi (R^2) yang tersaji pada Tabel dibawah ini.

Tabel 3 : Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.568	.559	1.44261
a. Predictors: (Constant), Attitude, Social Influence				
b. Dependent Variable: Intention To Use				

Sumber : (Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 3 diatas hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai R^2 (*Adjusted R Square*) dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0.559 hal ini berarti bahwa 55.9% variasi dari variabel dependent *Intention To Use* dapat dijelaskan oleh variasi dari dua variabel independen yaitu *Social Influence* dan *Attitude*. Sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 55.9\% = 44.1\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil diatas pembahasan sebagai berikut :

1. Pengaruh Variabel *Social Influence* terhadap *Intention to Use* pada pengguna TIX ID dikota Samarinda

Variabel *Social Influence* (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.185 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.984. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention To Use* (Y) dan hipotesis 1 di terima. Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel *Social Influence* terhadap *Intention To Use* pada pengguna TIX ID di kota samarinda dengan itu hipotesis penelitian diterima.

Hal ini yang berarti bahwa variabel *social influence* menjadi salah satu faktor *intention to use* dalam melakukan pemakaian atau penggunaan TIX ID dikota samarinda, karena konsumen terpengaruh dalam memakai TIX ID tersebut. Semakin banyaknya aplikasi Ticket Online, sehingga masyarakat lebih memilih memakai TIX ID untuk membeli ticket online dilihat dari tanggapan responden *social influence* mendapat tanggapan yang baik , karena *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Nabillah Hasna (2022) dengan judul” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Masyarakat Untuk Menggunakan Mobile Banking Di Masa Pandemi Covid-19” dengan memakai variabel (*Social Influence, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude, Intention to Use*), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* dan hasil penelitian tersebut sejalan dengan yang peneliti lakukan karena variabel *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

2. Pengaruh *Attitude* terhadap *Intention to Use* pada pengguna TIX ID dikota Samarinda

Variabel *attitude* (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.219 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.984. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* (Y) dan hipotesis 2 diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara *attitude* terhadap *intention to use* pada pengguna TIX ID dikota samarinda dengan itu hipotesis penelitian diterima.

Hal ini yang berarti bahwa variabel *attitude* menjadi salah satu faktor *intention to use* dalam melakukan pemakaian atau penggunaan TIX ID dikota samarinda, karena konsumen menilai kepuasan dalam memakai TIX ID tersebut. Semakin banyaknya *ticket online*, sehingga masyarakat lebih memilih memakai TIX ID untuk pembelian ticket online dilihat dari tanggapan responden *attitude* mendapatkan tanggapan yang baik, karena *attitude* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use*

Penelitian terdahulu yang dilakukan Nabillah Hasna (2022) dengan judul “ Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Masyarakat Untuk Menggunakan Mobile Bankung Di Masa Pandemi Covid-19” dengan memakai variabel (*Social Influence, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Attitude, Intention To use*), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* dan hasil penelitian tersebut sejalan dengan yang peneliti lakukan karena variabel *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

Attitude atau sikap terhadap suatu layanan meningkat, *intention to use* atau niat dalam menggunakan juga meningkat karena adanya kesadaran dan minat ketika sikap individu terhadap suatu layanan meningkat mereka juga menjadi lebih sadar dan tertarik terhadap layanan tersebut. Mereka lebih aktif mencari informasi, membaca ulasan, atau mencari pengalaman yang menguatkan sikap positif mereka. Semakin tinggi minat individu terhadap layanan, semakin besar juga mereka memiliki niat untuk menggunakannya

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Social Influence* (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use*, sehingga hipotesis 1 diterima. Yang berarti bahwa variabel *social influence* menjadi satu faktor pengaruh dalam melakukan pembelian ticket online TIX ID dikota samarinda. Hal ini menunjukkan bahwa *social influence* meningkat, maka niat individu untuk menggunakan suatu layanan juga meningkat di sebabkan adanya pengaruh dari lingkungan sekitar
2. Variabel *Attitude* (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use*, sehingga hipotesis 2 diterima. Yang berarti bahwa variabel *Attitude* menjadi satu faktor kepuasan dalam melakukan pembelian ticket online TIX ID dikota samarinda. Hal ini menunjukkan bahwa *attitude* meningkat, maka niat mereka individu untuk menggunakannya meningkat. Sikap yang positif terhadap suatu layanan dapat mempengaruhi persepsi individu tentang manfaat dan keunggulan dari layanan TIX ID tersebut

2. Saran

1. Bagi Perusahaan, sebaiknya perusahaan TIX ID dapat memperhatikan dan meningkatkan kinerja TIX ID agar masyarakat lebih maksimal untuk membeli ticket online di TIX ID
2. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menambah variabel lain dan indikator lain sebagai alat pengukur dan lebih mengevaluasi pertanyaan – pertanyaan yang ada dalam kusioner agar dapat mewakili secara tepat variabel yang hendak diteliti

REFERENCES

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro
- _____. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 1 update PLS regresi*. Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro
- Haryono, S dan Karina Ritzky. 2015 *Pengaruh Shopping Orientation, Social Influence dan System terhadap Customer Attitude melalui Perceived Ease of Use (studi pada Apple Store)*. Vol 3. No 1. : Jurnal Manajemen Pemasaran Petra

- Misbahahudin dan Iqbal, H. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Edisi 2. Jakarta : Bumi Aksara
- Nursiah. 2017. *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention To Use*. Vol 3. No 2 : Jurnal Jesik
- Riduwan. 2013. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfberta
- Soerjono Soekanto.2016. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Raja Grafindo