

PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP APLIKASI PEMESANAN TIKET BIOSKOP SECARA ONLINE

Indri Adhani^{1*}, Yuli Susilawati², Ruswianti³

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi, Jalan Siliwangi No. 24 Kahuripan
Kota Tasikmalaya, Indonesia

E-mail: ¹⁾ 192165013@student.unsil.ac.id, ²⁾ 192165057@student.unsil.ac.id,
³⁾ 192165059@student.unsil.ac.id

Abstrak

*Bagi pecinta film layar lebar, menonton sebuah film di Bioskop merupakan suatu hal yang ditunggu-tunggu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Generasi Z terhadap Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Secara Online. Penelitian mengenai aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online ini dilakukan pada Generasi Z dengan jumlah responden sebanyak 10 orang. Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan model yang digunakan dalam pengujian ini yaitu dengan menggunakan *technology accepted model (TAM)*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa dengan adanya aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online bagi generasi z dinilai sangat efektif dan memberikan banyak kemudahann dan manfaat, meskipun terdapat beberapa kendala.*

Kata Kunci: Bioskop, Generasi Z, Aplikasi pemesanan Tiket nonton Bioskop Online, Technology Accepted Model

Abstract

*Enjoying a movie at a cinema may be an exciting experience for people who are enthusiastic about wide-screen motion pictures. This study seeks to examine Generation Z's perception of online applications for purchasing movie tickets. A total of ten respondents from Generation Z were surveyed regarding online applications for purchasing movie tickets. The researcher employs a qualitative descriptive method, while the model employed in this test is a *technology-accepted model (TAM)*. The findings of this study indicate that the availability of an online cinema ticket booking application for generation z is seen as highly successful and advantageous, despite the presence of hurdles.*

Keywords: Cinema, Generation Z, Online Cinema Ticket Booking Application, Technology Accepted Model

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) yang sangatlah pesat seiring dengan kemajuan peradaban manusia. Teknologi Informasi adalah teknologi komputer yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi serta teknologi komunikasi yang digunakan untuk mengirimkan informasi, (Martin et al. dalam (Tekege, 2017)). Era Informasi dimulai sejak ditemukannya komputer pada tahun 1955. Di era ini teknologi informasi sudah banyak diterapkan diperusahaan untuk menyimpan dan memproses data menjadi lebih cepat, dapat

memproses dan penyimpanan informasi lebih murah, dan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun (Saputra, 2021).

Penggunaan sistem informasi akan mempermudah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Adanya sistem informasi ini dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan dengan mempercepat semua proses serta dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Dengan pesatnya teknologi informasi ini, persaingan antar perusahaan dalam memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen semakin meningkat. Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju dan tingkat persaingan yang bertambah besar, dapat membangkitkan kesadaran para pengusaha untuk dapat bekerja lebih keras lagi dalam mengelola bisnisnya. Dengan begitu, maka diperlukannya penyaluran informasi yang cepat dan akurat (Indrajit, 2000).

Semakin berkembangnya teknologi maka persaingan antar perfilman ini semakin ketat. Bidang industry perfilman di Indonesia merupakan salah satu bagian sektor yang selalu memproduksi sebuah karya seni perfilman, yang diproduksi baik di luar negeri maupun di dalam negeri yang mampu menghibur seluruh penonton film. Dalam dunia perfilman secara global telah mengalami peningkatan yang sangat pesat, hal ini dapat kita lihat dari perkembangan teknologi. Nilai daya Tarik dari sebuah film tidak hanya dihasilkan dari kemampuan teknis pengambilan gambar, teknik pencahayaan, tema, tempat, maupun ide cerita, tetapi dihasilkan juga dari kemampuan dalam penggabungan unsure komputer grafis yang dimasukan kedalam pembuatan film.

Diiringi dengan perkembangan ekonomi tingkat persaingan bisnis di bidang industri saat ini semakin ketat. Oleh sebab itu, para pengusaha sekarang ini mulai bersaing untuk terus berinovasi melalui aplikasi *online* untuk memesan tiket bioskop agar tidak menimbulkan antrian. Di Indonesia sendiri sudah ada beberapa aplikasi *online* yang menyediakan jasa layanan transaksi tiket bioskop yaitu BookMyShow, CGV Cinemas Indonesia, Cinema 21 (MTix), dan Tix ID (Ermida et al., 2022).

Dengan meningkatnya jumlah minat masyarakat dalam menonton film, sehingga dibangunlah sebuah gedung bioskop. Bioskop merupakan sebuah tempat yang digunakan untuk menonton pertunjukan film menggunakan layar lebar. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, hampir di seluruh kota di Indonesia telah tersedia bioskop. Putra & Fadhilah (2022) juga mengemukakan bahwa bioskop awalnya adalah sebuah gedung pertunjukan kini mulai hadir di pusat perbelanjaan karena saat ini keberadaannya dianggap sebagai fasilitas hiburan yang mempunyai daya tarik tersendiri. Terutama bagi para generasi Z atau keluarga yang membutuhkan hiburan di tengah – tengah aktivitas sehari-hari mereka yang padat. Sebelum menonton film hendaknya seseorang itu harus memesan terlebih dahulu tiket bioskopnya sesuai dengan film yang mereka inginkan, pemesanan tiket ini pun dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung yaitu melalui aplikasi pemesanan tiket bioskop online yang dapat digunakan pada android atau ios (Nurul et al., 2021). Terdapat beberapa aplikasi yang dapat digunakan untuk memesan tiket bioskop, namun yang sering digunakan beberapa diantaranya yaitu aplikasi tix id dan m tix cinema XXI.

Nuraini (2020) pemesanan tiket bioskop secara online ini dapat mempersingkat waktu pelanggan dalam memperoleh tiket, terlebih lagi jika sedang ada film yang menarik dan banyak diincar oleh generasi Z maka antrian bioskop akan mencapai puluhan orang bahkan

lebih, maka aplikasi pemesanan tiket bioskop merupakan sebuah solusi atau jalan pintas yang dapat digunakan para pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian tiket.

Gen Z merupakan individu yang lahir setelah tahun 1995 (Berkup, 2014), atau sering disebut dengan generasi pasca-milenial (Dolot, 2018). Gen Z dikenal sebagai generasi yang sangat kreatif dan inovatif (Seemiller & Grace, 2016). Menurut survei yang dilakukan oleh Harris Poll (2020), sebanyak 63% Gen Z tertarik untuk melakukan beragam hal kreatif setiap harinya (Putri et al., 2022). Kreatifitas tersebut dibentuk dari keaktifan Gen Z dalam memanfaatkan teknologi internet dan sosial media.

Berdasarkan penelitian, 33% Gen Z menghabiskan lebih dari 6 jam sehari untuk menggunakan ponsel dan jauh lebih sering menggunakan media sosial dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Survei tersebut juga memaparkan bahwa Gen Z di Indonesia menduduki peringkat tertinggi dalam penggunaan ponsel, yakni 8,5 jam setiap harinya (Kim, et al, 2020) (Sakitri, 2020). Nuraini (2020) juga mengemukakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia yang menonton film di bioskop itu berusia sekitar 19-24 tahun dengan mayoritas latar belakang pendidikan S1 atau Diploma.

Sarlito W. Sarwono (2009) dalam (Hayun, 2019) mendefinisikan persepsi sebagai proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Persepsi berlangsung ketika seseorang menerima stimulus dari luar dirinya kemudian diterima oleh organ-organ bantunya lalu masuk ke dalam otak. Persepsi merupakan proses pencarian informasi untuk dipahami menggunakan alat pengindraan (Jayanti & Arista, 2018).

Dengan adanya persepsi ini terjadi proses interaksi dimana terdapat cara pandang antara satu individu dengan individu lainnya untuk mengevaluasi sejauh mana kita mengetahui orang lain, sehingga muncul apa itu yang dikatakan persepsi. Persepsi yang digunakan pada penelitian ini yaitu sesuai dengan faktor dalam TAM (Technology Acceptance Model) yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kelemahan atau resiko terhadap minat penggunaan para konsumen (Syahril & Rikumahu, 2019).

Menurut Shin dan Elliot dalam (Endarwita, 2013), bahwa kepuasan konsumen menciptakan retensi konsumen (*consumer retention*) yang selanjutnya dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Kepuasan pelanggan sangat berdampak sangat penting bagi perusahaan untuk mendapatkan pendapatan atau keuntungan. Aplikasi yang mudah digunakan dengan fitur yang menarik akan mendorong para pengguna aplikasi *Mobile M-Tix* untuk tetap loyal terhadap layanan yang ditawarkan.

Penelitian ini memberikan landasan teoritis dengan menggunakan *Technology Accepted Model* (TAM) dalam konteks Persepsi Generasi Z terhadap Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Secara Online. *Technology Accepted Model* (TAM) adalah kerangka kerja konseptual yang digunakan secara luas untuk menjelaskan penerimaan teknologi baru. Landasan penggunaan TAM adalah rangkaian konsepnya menjelaskan dan memprediksi perilaku manusia tertentu dengan keyakinan sikap, dan niat perilaku. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat masyarakat dalam menggunakan aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online berdasarkan pengalaman mereka sendiri. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Generasi Z terhadap Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Secara Online.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online ini dilakukan pada Generasi Z yang rentang waktu kelahirannya adalah dari tahun 1995-2010. Hal ini didasarkan pada segi penggunaan IT, Generasi Z menggunakan IT secara intuitif karena memang sejak dari lahir terbiasa dengan IT (Hastini et al., 2020).

Septyani Larosa Marpaung, H. W. (2019) 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 adalah Generasi Z di Kota Tasikmalaya yang mengetahui dan menggunakan aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online baik itu M-tix, Tix-id dan aplikasi lainnya. Sampel penelitian berjumlah 10 responden pengguna aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Disini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel tersebut karena peneliti merasa sample yang di ambil paling mengetahui mengenai fenomena maupun kasus yang hendak di teliti oleh peneliti (Chan et al., 2019).

Bioskop merupakan sebuah tempat yang digunakan untuk menonton pertunjukan film menggunakan layar lebar. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, hampir di seluruh kota di Indonesia telah tersedia bioskop. Sebelum menonton film hendaknya seseorang itu harus memesan terlebih dahulu tiket bioskopnya sesuai dengan film yang mereka inginkan, pemesanan tiket ini pun dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung yaitu melalui aplikasi pemesanan tiket bioskop online yang dapat digunakan pada android atau ios (Nurul et al., 2021). Terdapat beberapa aplikasi yang dapat digunakan untuk memesan tiket bioskop, namun yang sering digunakan beberapa diantaranya yaitu aplikasi tix id dan m tix cinema XXI.

Aplikasi mobile M-Tix Cinema 21 merupakan sistem informasi berbasis aplikasi mobile yang diluncurkan oleh Cinema 21 Group pada tahun 2015, aplikasi ini menawarkan layanan pemesanan tiket bioskop yang dilakukan secara online. Aplikasi M-Tix Cinema 21 ini dapat memfasilitasi kebutuhan konsumen dalam memesan tiket bioskop melalui perangkat mobile tanpa harus lama mengantri serta bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Berdasarkan data dari Google play store sampai Mei 2022 jumlah pengguna yang telah menginstal aplikasi M-tix yaitu sebanyak 10jt lebih konsumen, hal tersebut membuktikan bahwa antusiasme masyarakat sangat tinggi terhadap aplikasi M-tix (Augusto et al., 2019).

Aplikasi TIX ID merupakan sebuah platform berbasis aplikasi yang menyediakan layanan pembelian tiket bioskop secara online. TIX ID hadir pada dunia internet sejak tahun 2018. Aplikasi TIX ID ini awalnya hanya dapat digunakan pada bioskop Cinema XXI yang berada di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) saja, tetapi dengan melihat kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat pada pertengahan 2018 tepatnya bulan Juli, TIX ID mulai dapat digunakan di seluruh Indonesia pada layanan pemesanan tiket bioskop di Jaringan Cinema 21 atau XXI terlebih kini sudah secara konvergensi mengajak kerjasama dengan DANA sebagai metode pembayarannya. Sama halnya dengan M-tix sesuai data dari Google play store bahwa pengguna yang telah menginstal tix id yaitu berjumlah 10jt orang lebih, sehingga dapat dikategorikan bahwa kebutuhan masyarakat akan aplikasi ini sangat tinggi (Hendarto, 2020).

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner, dalam Wijoyo

& Marpaung (2020) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Kuesioner pada penelitian ini diberikan berupa daftar pernyataan dan pertanyaan terhadap responden dengan secara langsung yaitu wawancara dan tidak langsung melalui *google form*. Kuisisioner yang disebar terdiri dari empat bagian yaitu identitas responden, penggunaan aplikasi, manfaat dan kemudahan aplikasi, serta resiko ataupun kekurangan dari aplikasi. Bagian kuisisioner tersebut merupakan instrumen penelitian yang diuraikan ke dalam daftar pertanyaan dan pernyataan untuk mengukur intensitas penggunaan aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online berdasarkan indikator persepsi dari *technology accepted model* (TAM). Model TAM ini dapat memberikan penjelasan yang tepat dan lugas untuk proses pencapaian penerapan teknologi dari perilaku pengguna (Satria et al., 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada artikel ini, persepsi Generasi Z terhadap penggunaan aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online diukur menggunakan model *Technoogy Accepted Model* (TAM). Terdapat beberapa karakteristik responden dimulai dari usia, gender, pekerjaan, jenis aplikasi yang digunakan, persepsi manfaat dan kemudahan, serta persepsi risiko. Beberapa hasil kuesioner akan dipaparkan lebih rinci lagi sebagai berikut :

Tabel 1 Data Responden

Responden	Persentase
Laki-laki	0%
Perempuan	100%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa rasio jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan yang mengisi kuesioner ini tidak memiliki keseimbangan, karena semua responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan. Penelitian kecil ini menggunakan 10 responden dengan jumlah perempuan 10 orang.

Tabel 2 Kategori Responden

Kategori	Persentase
Usia 20	60%
Usia 21	40%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 2 yaitu kategori responden yang diambil pada tahun 2022 dimana menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner ini berada pada usia 20 tahun, sedangkan sisanya berada pada usia 21 tahun.

Tabel 3 Penggunaan Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop

Kategori	Persentase setuju	Persentase tidak setuju
Mengetahui aplikasi pemesanan tiket bioskop	100%	0%
Menggunakan aplikasi pemesanan tiket bioskop	100%	0%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 10 orang responden sudah mengetahui dan menggunakan aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online, mengingat di Kota Tasikmalaya sudah terdapat bioskop sehingga generasi Z ini akan memilih untuk memesan tiket melalui aplikasi agar tidak perlu mengantri lagi, dan ketika akan menonton semua responden itu memesan tiket bioskop tidak secara langsung ditempat.

Tabel 4 Kategori aplikasi yang digunakan

Aplikasi	Persentase
M-Tix	20%
Tix-id	80%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4 dalam penelitian ini aplikasi yang digunakan yaitu aplikasi M-tix dan Tix-id karena sesuai data yang kami dapatkan dari *google playstore* bahwa pengguna aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online ini mayoritas menggunakan aplikasi M-tix dan Tix-id. Sesuai data yang diperoleh dari responden bahwa generasi Z itu lebih banyak menggunakan Tix-id dibandingkan menggunakan M-tix. Karena dilihat dari segi manfaat dan kemudahan serta tampilan yang lebih efektif membuat aplikasi Tix-id ini lebih menarik di mata Generasi Z, selain itu Tix-id juga bekerja sama dengan menerapkan metode pembayaran menggunakan e-wallet DANA, sehingga mempermudah transaksi pembayaran mengingat Generasi Z pastinya memiliki aplikasi DANA di ponselnya. Kemudian persepsi Generasi Z mengenai aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online yaitu Tix-id dan M-tix menggunakan model TAM pada penelitian ini diukur melalui persepsi manfaat/kemudahan, serta persepsi risiko/kekurangan (Davis, 1989. Syahril & Rikumahu, 2019).

Tabel 5 Persepsi kemudahan

Responden	Persentase
Merasakan kemudahan	100%
Tidak merasakan kemudahan	0%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 5 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan Generasi Z dalam menggunakan aplikasi tiket bioskop secara online menunjukkan bahwa aplikasi tersebut mudah dipahami dan digunakan, sehingga cocok untuk digunakan ketika akan menonton film di bioskop. Selain itu aplikasi ini juga dapat digunakan kapanpun dan dimanapun kita berada sehingga membuat pekerjaan lebih efektif dan efisien, dengan metode pembayaran yang mudah dan tidak memerlukan pergerakan membuat Generasi Z tertarik menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 100% dari 100% responden selalu melakukan

pemesanan tiket melalui aplikasi. Data tersebut diperoleh karena jika pemesanan dilakukan secara langsung di tempat pemesanan bioskop itu tidak akan efektif karena pembayaran harus dilakukan secara tunai mengingat sekarang Generasi Z itu jarang yang mau melakukan transaksi secara tunai karena mereka terbiasa dengan menggunakan dompet digital. Dengan memesan tiket di bioskop secara langsung pun Generasi Z tidak dapat melihat dahulu keadaan kursi bioskop yang sudah terisi atau belum sebelumnya sehingga hanya dapat memilih sisanya saja. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Handayani, D., & Yuliana Putri, W. 2019) juga menjelaskan bahwa dengan adanya aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online mereka tidak perlu mengantri cukup lama dan akan mendapatkan informasi jumlah kursi yang masih tersedia, sistem pembayaran pun sangat mudah tidak perlu menggunakan transaksi tunai.

Tabel 6 Persepsi manfaat

Kategori	Persentase setuju	Persentase tidak setuju
Aplikasi lebih efektif dibandingkan memesan secara langsung	100%	0%
Aplikasi mempermudah dan mempercepat transaksi pembayaran	100%	0%
Dengan aplikasi dapat memesan tiket dimanapun dan kapanpun	100%	0%
Dengan aplikasi dapat mengetahui filem, jadwal, serta jumlah kuersi kosong bioskop	100%	0%
Aplikasi memberikan promo	40%	60%
Dengan aplikasi film yang sedang <i>hype</i> dapat langsung memantau dan memesan tiket	50%	50%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 6 menunjukkan adanya manfaat dari penggunaan aplikasi tiket bioskop secara online, Generasi Z berpendapat bahwa dengan memesan tiket secara online itu lebih efektif dibandingkan dengan membeli secara langsung karena pemesanan tiket dapat dilakukan dimanapun serta kapanpun, transaksi pembayaran yang mudah, dapat melihat dan memantau filem terbaru yang sedang *hype*, jadwal tayang serta jumlah kursi yang masih kosong di bioskop. Beberapa responden juga pernah mendapatkan promo *cashback* pada aplikasi tersebut sehingga membuat aplikasi itu lebih menarik untuk sering digunakan. Aplikasi itu dapat digunakan untuk memesan dan memantau ketika mereka akan menonton film yang sedang viral sehingga akan bersiap-siap melakukan pemesanan hanya dengan diam saja tidak perlu bepergian. Ermida, N. E., Ghalib, S., & Wahyuni, N. (2022) juga mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk mengukur keberhasilan sebuah produk atau jasa. Kepuasan dan penilaian yang diberikan oleh

konsumen dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas apabila produk yang diterima dan dirasakan sesuai dengan yang mereka harapkan. Sehingga persepsi manfaat ini dapat dikaitkan juga dengan kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online, dari hasil survey juga membuktikan bahwa semua merasakan manfaat dari adanya aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online ini.

Tabel 7 Persepsi risiko/kekurangan

Kategori	Persentase setuju	Persentase tidak setuju
Terdapat biaya penanganan	80%	20%
Aplikasi eror	30%	70%

Sumber: Data diolah 2022

Persepsi resiko pada Tabel 7 diasumsikan melalui leletnya aplikasi dan error serta adanya biaya penanganan yang dibutuhkan dalam aplikasi ketika akan memesan tiket, dilihat dari tabel diatas 80% pernah dikenai biaya penanganan namun masih tetap melanjutkan memesan tiket. Kemudian 30% responden mengatakan bahwa aplikasi yang mereka gunakan pernah mengalami eror, namun mayoritasnya tidak pernah mengalami kendala eror. Berdasarkan hasil tersebut, maka resiko dari penggunaan aplikasi pemesanan tiket bioskop ini cenderung kecil, masih dapat diterima dan tidak mengurangi minat Generasi Z untuk tidak menggunakan aplikasi pemesanan tiket bioskop.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi generasi Z terhadap aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online dinilai efektif dan memberikan banyak kemudahann dan manfaat. Kemudahandan manfaat yang dirasakan generasi Z yaitu dapat memesan tiket dimanapun dan kapanpun, sehingga generasi z tidak perlu mengantri ketika ingin membeli tiket bioskop. Selain itu, aplikasi pemesanan tiket bioskop ini dapat mempermudah dan mempercepat proses pembayaran, dapat mengetahui filem, jadwal, serta jumlah kuersi kosong bioskop, kesempatan mendapatkan promo, dan dapat memantau tiket filem yang sedang hype di Bioskop. Kemudian dilihat dari sisi resiko, aplikasi pemesanan tiket bioskop ini memberikan resiko ataupun kekurangan yang cenderung kecil dan hal tersebut dapat diterima dan tidak mengurangi minat generasi Z untuk tidak menggunakan aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online.

DAFTAR PUSTAKA

Augusto, Y. F., Rachmadi, A., & Herlambang, A. D. (2019). Analisis Kesuksesan Aplikasi Mobile Pemesanan Tiket Bioskop M-Tix Cinema 21 Berdasarkan Perspektif Pengguna di Kota Malang Menggunakan Pendekatan Delone and McLean Success Model. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 3(1), 7–12.

- Berkup, S. B. (2014). Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218.
- Chan, F., Kurniawan, A. R., Kalila, S., Amalia, F., Apriliani, D., & Herdana, S. V. (2019). The Impact of Bullying on the Confidence of Elementary School student. *Jurnal Pendas Mahakam*, 4(2), 152–157.
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 74(2), 44–50.
- Endarwita. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Bri Cabang Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(3), 167–180.
- Ermida, N. E., Ghalib, S., & Wahyuni, N. (2022). Pengaruh Diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 41–47.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Hayun, S. (2019). Persepsi Masyarakat Tentang Pentingnya Pendidikan Formal (Studi Kasus Di Desa Pilowo Kecamatan Morotai Selatan Kabupaten Pulau Morotai). *E-Jurnal Mitra Pendidikan*, 3(8), 1092–1104.
- Hendarto, S. F. (2020). *Analisis Kepuasan Pengguna pada Media atau Platform Penyedia Tiket Film Aplikasi Tix ID di Yogyakarta dengan Pendekatan TAM (Technology Acceptance Model)*.
- Indrajit, R. E. (2000). Manajemen sistem informasi dan teknologi informasi. *Jakarta: PT Elex Media Komputindo*.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2).
- Nuraini, D. (2020). *Analisis penerimaan aplikasi mobile tix id menggunakan model utaut 2 extend anny mardjo*. Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nurul, A. S., Kepada, A., Dekan, Y., Ekonomi, F., Islam, B., & Walisongo, U. (2021). *Lamp : 4 (empat) eksemplar Hal : Naskah Skripsi*.
- Putra, O. N., & Fadhillah, J. (2022). Pembuatan Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Berbasis Web. *Jurnal Wahana Informatika*, 1(1).
- Putri, A. S. M., Setiawati, R., & Widodo, H. (2022). Implementasi Nilai Pancasila Pada Generasi Z. *Jurnal Evaluasi Dan Pembelajaran*, 4(1), 17–24.
- Sakitri, G. (2020). “ *Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi ! .*” 1995(2018), 1–10.
- Saputra, A. S. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi Pada Koperasi Di Era Industri 4.0. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(5), 505–510. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i5.77>
- Satria, H., Pratama, P., & Rakhmadani, D. P. (2022). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Penggunaan Aplikasi Linkaja. 9(2), 176–186. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i2.3940>
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In

Bandung: Alfabeta.

- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>
- Tekege, M. (2017). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran SMA YPPGI Nabire. *Jurnal FATEKSA: Jurnal Teknologi Dan Rekayasa*, 2(1).
- Wijoyo, H., & Marpaung, S. L. (2020). The Influence of Quality Information and Reputation Of TIX ID Application Toward the Interest of Purchase Tickets Online in XXI Cinema Ciputra Seraya Mall Pekanbaru City. *Jurnal Suluh Pendidikan*, 8(2), 9–21.