

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat, mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi yang lebih *update*. meningkatnya teknologi informasi sangat penting dalam menunjang kebutuhan manusia untuk aktivitas sehari-hari, pada setiap informasi dapat diakses dengan mudah dan cepat melalui internet.

Dengan berkembangnya pengguna internet yang semakin meningkat, dapat menjadi pasar yang potensial untuk dimasuki para pelaku bisnis. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, memberikan peluang bagi perusahaan-perusahaan untuk memunculkan sebuah model bisnis elektronik yang dapat menyediakan berbagai produk sesuai kebutuhan masyarakat.

Tiket.com perusahaan yang memiliki fokus pada sebuah web dengan situs www.tiket.com dengan fitur *booking* dan *ticketing online* yang memberikan pelayanan reservasi tiket. Situs ini menawarkan berbagai macam layanan dibidang *online travel agent*. Namun beberapa bulan terakhir terjadi penurunan pengunjung *website* di situs Tiket.com.

Menurut salah satu lembaga survei yaitu Alexa.com, *Bounce Rate* Tiket.com sebesar 32.90% atau mengalami penurunan sebesar 27%. Selanjutnya untuk nilai *Daily Pagewiews per Visitor* yaitu 3.33 atau terjadi penurunan persentase sebesar 6.46 % yang menandakan rata-rata jumlah halaman yang dikunjungi oleh satu pengunjung per harinya. Untuk Persentase *Daily Time on Site* Mengalami penurunan sebanyak 6.00%.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *Usability, Information Quality* dan *Service Interaction* terhadap *Customer satisfaction* dan *Repeat Purchase* di situs Tiket.com. Metodologi penelitian ini yaitu dengan melakukan pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada responden yang merupakan konsumen Tiket.com, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan mengumpulkan *sample* kurang lebih 100 responden. Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa variabel yang terdiri dari *usability, information*

quality, dan *service interaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Repeat Purchase*.

Kata Kunci: *Website, Usability, Information Quality, Trust, SEM.*