

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Website Functionality* , *Perceived Usability*, dan *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi *GOTIX*, *TIX ID*, dan *CGV Cinemas* Indonesia. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *Website Functionality* , *Perceived Usability*, dan *Perceived Usefulness* yang diberikan Aplikasi *GOTIX*, *TIX ID*, dan *CGV Cinemas* kepada pelanggannya, serta besarnya pengaruh *Website Functionality* , *Perceived Usability*, dan *Perceived Usefulness* secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi *GOTIX*, *TIX ID*, dan *CGV Cinemas* Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan *sampel* dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *Purposive Sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *Perceived Usability*, dan *Perceived Usefulness* secara keseluruhan berada dalam kategori baik tetapi variabel *Website Functionality* , dan Kepuasan Pelanggan secara keseluruhan berada dalam kategori cukup baik. Hasil teknik analisis regresi linier berganda *Website Functionality* , *Perceived Usability*, dan *Perceived Usefulness* secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi *GOTIX*, *TIX ID*, dan *CGV Cinemas*. Besarnya pengaruh *Website Functionality* , *Perceived Usability*, dan *Perceived Usefulness* secara bersama-sama sebesar 68,4% terhadap keputusan pembelian dan sisanya 31,6% dipengaruhi oleh faktor lain misalnya faktor *perceived risk*, atau *trust* yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial *Website Functionality* , *Perceived Usability*, dan *Perceived Usefulness* hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Besarnya pengaruh paling tinggi yaitu *perceived usefulness*, *Website Functionality* dan pengaruh paling rendah yaitu *Perceived Usability*.

Kata Kunci : *Website Functionality* , *Perceived Usability*, *Perceived Usefulness* dan Kepuasan Pelanggan.