

## ABSTRAK

*Kehadiran teknologi berperan penting dalam memudahkan kehidupan masyarakat Indonesia dalam berbagai hal, salah satunya adalah sektor pariwisata. Teknologi yang memudahkan kegiatan pariwisata adalah Online Travel Agent (OTA), salah satu Pelopor Online Travel Agent di Indonesia adalah Tiket.com. Meskipun Tiket.com merupakan Pioner Online Travel Agent, namun Tiket.com memiliki banyak komplek dari Customer berupa E-Service Quality yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan. Sehingga Berpengaruh juga terhadap Perilaku Konsumen seperti Repurchase Intention, Site Revisit, dan Word-of-Mouth.*

*Oleh karena itu, Penelitian ini menggunakan SEM PLS yang bertujuan untuk menganalisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Consumer Behavior melalui Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variable Intervening pada Website Tiket.com di Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada pengguna aktif Website Tiket.com di Indonesia khususnya Jakarta, Bandung, Surabaya dan Bali.*

*Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian kausal. Teknik Sampling penelitian ini adalah Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling sebanyak 396 Responden yang memiliki pengalaman memesan melalui Website Tiket.com. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebar melalui Google Form dengan Skala Likert. Teknik Analisis Data yang digunakan adalah Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM).*

*Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa Website Design, Customer Service, Fullfillment mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap E-Service Quality. Sedangkan Security/Privacy mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap E-Service Quality. Kemudian E-Service Quality mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan. Selain itu Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Repurchase Intention,*

*Word-of-Mouth dan Site Revisit. Kepercayaan Pelanggan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Repurchase Intention dan Word-of-Mouth.*

*Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai beberapa saran bagi Website Tiket.com untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memastikan barang-barang seperti E-Tiket, Booking Hotel, dan Rental Kendaraan dalam kondisi baik dan sesuai waktu yang dijanjikan. Sehingga dapat membuat pelanggan puas dengan E-Service Quality yang akan mempengaruhi Perilaku Konsumen di Website Tiket.com. Kemudian pelanggan yang puas dan terpercaya akan merekomendasikan kepada orang lain dan dapat membawa calon pelanggan untuk berkunjung dan niat membeli di Website Tiket.com.*

***Kata Kunci:*** *Kualitas E-Service, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Perilaku Pelanggan, Kunjungan Situs, Niat Pembelian Kembali, Word-of-Mouth.*