

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat dan signifikan, salah satu inovasi yang paling mencolok adalah internet. Dalam konteks ini, bisnis seperti Nusatrip dan lainnya telah mendirikan agen perjalanan daring melalui penggunaan internet. Nusatrip.com adalah satu-satunya agen perjalanan daring di Indonesia yang diakreditasi oleh *International Air Transport Association* (IATA) dan anggota *Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA), keduanya berpusat di Jakarta. Namun, keterlibatan situs Nusatrip, termasuk tampilan halaman harian per pengunjung dan durasi, telah menurun selama setahun terakhir. Nusatrip telah berada di bawah tekanan dari persaingan yang ketat untuk mempertahankan kualitas situs webnya dengan harapan dapat memuaskan pelanggannya. Pengambilan sampel insidental non-probabilitas sebanyak 385 responden digunakan sebagai metode pengambilan sampel dalam penelitian deskriptif kuantitatif ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* semuanya dianggap memuaskan, dengan skor rata-rata 81,3%. Namun, hanya variabel *Usability* yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna yang positif tetapi tidak signifikan. Dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$, dan $F\text{-Hitung} (27,501) > F\text{-Tabel} (2.63)$ hasil uji F menunjukkan bahwa *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* secara simultan berpengaruh terhadap *User Satisfaction*.

Kata Kunci: Kualitas Website, Kepuasan Pelanggan, Internet