

ABSTRAK

Pertumbuhan *online travel agent* (OTA) di Indonesia terus berkembang pesat sehingga menciptakan persaingan *e-commerce* OTA yang kompetitif. Salah satu cara untuk mempertahankan perusahaan di tengah persaingan dengan memberikan pengalaman pelanggan yang baik sehingga mampu meningkatkan minat beli ulang pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer experience* yang terdiri dari *sense, feel, think, act* dan *relate* terhadap *repurchase intention* pada *e-commerce* OTA di Indonesia yaitu tiket.com.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kepada 100 responden dengan karakteristik pernah dan sedang menggunakan aplikasi di tiket.com. Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier dengan *software* IBM SPSS Statistic 22 untuk membantu pengolahan data.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa *customer experience* secara keseluruhan berdasarkan hasil tanggapan responden mendapatkan rata-rata persentase sebesar 89,68% dalam kategori sangat puas dan *repurchase intention* berdasarkan hasil tanggapan responden mendapatkan rata-rata persentase sebesar 85,80% dalam kategori sangat puas. *Customer experience sense, feel, think, act, dan relate* secara parsial berpengaruh positif serta signifikan terhadap *repurchase intention* dan *customer experience* secara simultan berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

Perusahaan disarankan untuk selalu melakukan pengecekan pada aplikasi agar produk yang dijual oleh aplikasi tiket.com benar dan sesuai sudah lengkap. Hal ini agar pelanggan selalu merasa nyaman dan selalu mempercayakan pembelian pada aplikasi tiket.com. Perusahaan disarankan untuk mempermudah proses pembelian dalam aplikasi tiket.com agar pelanggan selalu merasa percaya untuk melakukan pembelian. Perusahaan perlu meningkatkan kepuasan pelanggan, karena dalam suatu pembelian hal yang paling utama adalah tingkat kepuasan pelanggan, apabila pelanggan puas maka akan meningkatkan laba perusahaan.

Kata kunci: *Customer Experience, Repurchase Intention, E-commerce, Online Travel Agent*