

ABSTRAK

Kemajuan teknologi telah menyebabkan perubahan perilaku konsumen di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Perubahan perilaku ini ditandai dengan berkembangnya agen tiket *online* yang telah mengubah perilaku konsumen secara signifikan dari membeli tiket secara offline menjadi membeli tiket secara *online*. Kemunculan berbagai konsep *online travel agent* seperti redBus menjadi daya tarik utama. Komponen utama dari penelitian ini adalah kepuasan pengguna yang telah menarik perhatian besar baik di kalangan akademisi maupun bisnis karena pengaruhnya terhadap perilaku pembelian pelanggan.

Penelitian sebelumnya telah membuktikan pengaruh kepuasan pengguna terhadap keputusan pembelian secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kepuasan pengguna terhadap keputusan pembelian di *online travel agent* redBus. Model penelitian menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM), kerangka kerja yang menilai penerimaan masyarakat dan perilaku selanjutnya terhadap teknologi baru. Menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan sampel sebanyak 125 responden yang merupakan penumpang bus dan pernah membeli tiket secara *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, dan kepuasan pengguna mempunyai hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pengguna, Keputusan Pembelian.

