

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa atau menguji pengaruh kenyamanan dalam menggunakan website, persepsi kemudahan penggunaan, dan citra merek sebagai variabel intervening terhadap keputusan pembelian secara online pada pemesanan tiket bus melalui website PO Bejeu Jepara.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah orang yang sudah pernah membeli tiket PO Bus Bejeu secara online melalui website dengan jumlah responden sebanyak 120 responden. Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan Structural Equation Model (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS versi 20.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kenyamanan menggunakan website, persepsi kemudahan penggunaan, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa kenyamanan menggunakan website berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online dengan nilai sebesar 0.301; persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara online dengan nilai sebesar 0,606; citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online dengan nilai sebesar 0.476.

Kata kunci : kenyamanan, kemudahan, citra merek, keputusan pembelian online