

ABSTRAK

Traveloka merupakan situs online yang menyediakan pelayanan pemesanan tiket pesawat dan reservasi hotel. Namun, pada tahun 2016 Traveloka untuk pemesanan kamar hotel mengalami penurunan jumlah pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap minat beli ulang.

Penelitian ini menggunakan 7 variabel, yaitu kualitas pelayanan, citra merek, iklan, persepsi harga, kepuasan pelanggan, kepercayaan dan minat beli ulang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS)

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pertama, dengan memberikan kualitas pelayanan dengan baik. Namun proses yang paling berpengaruh terhadap minat beli ulang adalah dengan kualitas pelayanan yang mempengaruhi citra merek sebagai salah satu penentu keberhasilan untuk dapat meningkatkan minat beli ulang.

Kata kunci : kualitas pelayanan, citra merek, iklan, persepsi harga, kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan minat beli ulang.