

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh kenyamanan terhadap minat membeli secara *online* pada pemesanan tiket kereta api melalui *website* resmi PT. Kereta Api Indonesia. Sampel pada penelitian ini adalah orang-orang yang ingin membeli sendiri tiket kereta api secara *online* melalui *website* resmi PT. KAI, sebanyak 200 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS 21.0, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh terhadap minat membeli secara *online*.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap resiko yang dirasakan dengan nilai korelasi sebesar -0,273; kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan dengan nilai korelasi sebesar 0,262; persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap resiko yang dirasakan dengan nilai korelasi sebesar -0,212; kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli *online* dengan nilai korelasi sebesar 0,232; resiko yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap minat beli *online* dengan nilai korelasi sebesar -0,217; persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli *online* dengan nilai korelasi sebesar 0,228.

Kata kunci: kenyamanan, resiko yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, dan minat beli secara *online*