

## ABSTRAK

Tingkat mobilitas masyarakat yang semakin tinggi, mengharuskan cara cepat dengan bantuan teknologi. Hampir semua aktivitas melibatkan perangkat teknologi, termasuk untuk keperluan *traveling*. Dari berbagai situs *e-commerce* yang kini ada, Tiket.com merupakan salah satu situs *e-commerce* yang menarik untuk diteliti dengan pesatnya perkembangan *website* dan peningkatan nilai transaksi setiap tahunnya. Dalam keputusan pembelian ada beberapa faktor yang mendukung yaitu Keamanan, Kepercayaan, Kemudahan, Kinerja, dan Pemasaran dengan faktor tersebut dapat mempengaruhi minat beli seseorang dan mampu mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut atau tidak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dampak dari variabel Keamanan, Kepercayaan, Kemudahan, Kinerja, dan Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pengguna Tiket.com di Indonesia, sebanyak 389 responden. Metode sampling menggunakan non probabilitas dengan teknik *purposive sampling*. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan AMOS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli, variabel kepercayaan memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli, variabel kemudahan memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli, variabel kinerja dan pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, variabel keamanan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kemudahan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, variabel kinerja dan pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel minat memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Keamanan, Kepercayaan, Minat Beli, Keputusan Pembelian, SEM