

## ABSTRAK

Kehadiran teknologi terus mengalami perkembangan, sehingga mendorong masyarakat menciptakan usaha di bidang *online travel agent* untuk memudahkan masyarakat mendapatkan segala yang dibutuhkan. Berdasarkan hasil pra survei kepada 30 responden secara keseluruhan pelanggan kurang puas dan tidak ada niat beli ulang dikarenakan *Customer Engagement* dan *E-service Quality* yang kurang baik. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan melihat pengaruh *Customer Engagement*, *E-service Quality*, Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli ulang pada pengguna Tiket.com di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Teknik *sampling* menggunakan teknik *non probability sampling* jenis *purposive sampling*, yang melibatkan 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif *Customer Engagement* dan *E-Service Quality* dengan kategori cukup baik, namun Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang dengan kategori baik. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa *Customer Engagement* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 24,4%, *Customer Engagement* berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Beli Ulang sebesar 2,4%, *E-Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 7,29%, *E-Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Beli Ulang sebesar 1,14%, Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Beli Ulang sebesar 53,43% dan *Customer Engagement* dan *E-Service Quality* berpengaruh secara tidak langsung terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebesar 82%

**Kata Kunci : *Customer Engagement*, *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, Niat Beli Ulang**