

**PENGARUH EASE OF USE TERHADAP REPURCHASE
INTENTION YANG DI MEDIASI E-SATISFACTION
(Studi Pada Pengguna Online Travel Agent)**

ABSTRAK

Oleh:

**Uun Yulia Alfiana
1861190**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Siti Zuhroh, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *ease of use* terhadap repurchase intention yang di mediasi *e-satisfaction* yang di mediasi *repurchase intention* pada online travel agent. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan menggunakan angket. Responden dalam penelitian ini adalah 130 pelanggan yang sebelumnya pernah menggunakan dan melakukan transaksi di aplikasi Traveloka/Tiket.com. teknik analisa data menggunakan metode PLS-SEM dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *ease of use* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*, *ease of use* berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction*, *e-satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*, dan *e-satisfaction* secara positif memediasi antara *ease of use* terhadap *repurchase intention* pada online travel agent.

Kata Kunci: *Ease of Use, E-Satisfaction, Repurchase Intention*