

ABSTRAK

Kelvin Saputra Tan (02011200035)

ANALISIS PENGARUH *OPTIMISM, INNOVATIVENESS, DISCOMFORT, INSECURITY* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MEMALUI *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULLNESS* PADA PENGGUNA APLIKASI *TIKET.COM* DI SURABAYA.

(viii + 206 halaman: 16 gambar, 44 tabel, 43 lampiran)

Di era globalisasi ini, Internet telah banyak sekali mengubah cara berbisnis yang modern seperti E-commerce contohnya belanja online atau toko – toko online shop yang banyak dan mudah digunakan oleh konsumen. Selain adanya Ecommerce terdapat banyak bisnis-bisnis yang sukses seperti dalam bidang industri pariwisata dari yang membeli secara langsung menjadi secara online yang disebut Online Travel Agent (OTA). Penelitian ini menganalisa suatu model yang mengenai optimism, innovativeness, discomfort, dan insecurity yang berpengaruh terhadap perceived ease of use, perceived usefulness, dan behavioral intention pada konsumen Tiket.com di Surabaya. Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan mempunyai hasil yang valid, dan memiliki pengetahuan khususnya di bidang E-Tiket. Selain itu hasil penelitian diharapkan menjadi tolak ukur dalam penelitian di masa yang akan datang. Model penelitian yang dikembangkan penulis ialah untuk meneliti Behavioral Intention pengguna aplikasi tiket.com di Surabaya. Model penelitian ini dibentuk atas pengaruh hubungan Optimism, Innovativeness, Discomfort dan Insecurity terhadap Behavioral Intention melalui Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness. penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan yaitu apakah Optimism berpengaruh signifikan pada Perceived Ease of Use oleh pengguna pada tiket.com di Surabaya

Kata Kunci : Optimism, Innovativeness, Discomfort, Insecurity, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Behavioral Intention