

.....

**DAYA GUNA SISTEM RESERVASI ONLINE MELALUI WEBSITE DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG TIKET PADA PENUMPANG MASKAPAI
CITILINK**

Oleh
Yulia Aji Puspitasari
Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta
Email: yulia.aji@sttkd.ac.id

Abstract

The rapid advancement of technology has extended to all aspects of life, including ticket reservations, which are now widely available online through e-commerce platforms and official websites. Citilink, as an airline, must continuously consider and develop its online ticket reservation services through its website to remain competitive against numerous competitors. The purpose of this research is to understand the usability of the online reservation system on Citilink's official platform in increasing passenger ticket repurchase intention and to identify the obstacles that influence passengers' willingness to repurchase tickets through Citilink's online reservation system. This study employs a descriptive qualitative research method. Data collection was conducted through interviews and documentation. The data analysis process included data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Based on the findings, it can be concluded that Citilink's online reservation system has significant potential to increase passenger repurchase intention. This potential is supported by features that enhance ease of use, service speed, and the availability of accurate information. However, several obstacles affect repurchase intention, including system disruptions, less competitive pricing, and the lack of effective socialization or promotion efforts by Citilink.

Keywords: *Usability, Repurchase Intention, Online Reservation, Website, Citilink Airline*

INTRODUCTION

Saat ini, industri penerbangan mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi udara. Pesawat menjadi pilihan transportasi yang diminati karena memudahkan perjalanan antar daerah hingga antar pulau dengan waktu yang lebih cepat dan efisien. Dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan, pesawat menjadi alternatif transportasi yang nyaman dan praktis bagi banyak orang. Kondisi ini mendorong perusahaan penerbangan untuk bersaing dalam memberikan layanan terbaik, mulai dari fasilitas yang menarik hingga harga tiket yang kompetitif guna menarik minat konsumen.

Salah satu maskapai yang turut bersaing dalam industri penerbangan adalah Citilink, anak perusahaan dari PT Garuda Indonesia.

Citilink menawarkan tarif penerbangan yang terjangkau tanpa mengesampingkan kualitas layanan. Meskipun dikategorikan sebagai maskapai *Low Cost Carrier (LCC)*, Citilink tetap berkomitmen untuk memberikan pengalaman penerbangan yang nyaman bagi pelanggannya. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang mengutamakan kemudahan dan efisiensi, Citilink menyediakan fasilitas pemesanan tiket secara online melalui aplikasi dan website resmi.

Citilink memahami bahwa kemajuan teknologi telah mengubah pola konsumsi masyarakat, di mana banyak pelanggan lebih memilih memesan tiket secara online karena dinilai lebih cepat dan praktis. Keuntungan dari sistem ini meliputi kemudahan akses kapan saja, efisiensi waktu, serta adanya penawaran

diskon dan kemudahan metode pembayaran. Namun, persaingan dalam layanan pemesanan tiket online semakin meningkat. Selain maskapai lain yang menawarkan layanan serupa, berbagai marketplace seperti Traveloka dan Tiket.com mempermudah pelanggan untuk membandingkan harga dan layanan antar maskapai. Akibatnya, banyak calon penumpang lebih memilih menggunakan marketplace tersebut dibandingkan langsung melalui website resmi Citilink. Hal ini menyebabkan perlunya dilakukan kajian apakah sistem reservasi online di website pada maskapai Citilink sudah tercapai daya guna dalam meningkatkan minat beli ulang.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas tentang pengaruh sistem pemesanan tiket online terhadap keputusan pembelian ataupun minat beli ulang, penelitian yang secara spesifik menganalisis daya guna (*usability*) sistem reservasi online maskapai Citilink dalam meningkatkan minat beli ulang tiket masih sangat terbatas. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada faktor harga dan promosi sebagai penentu keputusan pembelian tanpa membahas bagaimana kemudahan penggunaan (*usability*), efisiensi, dan pengalaman pengguna (*user experience*) memengaruhi loyalitas pelanggan di industri penerbangan LCC.

Selain itu, beberapa penelitian cenderung mengkaji peran marketplace sebagai pengaruh utama dalam keputusan pembelian tiket secara online, namun belum banyak yang membahas bagaimana platform resmi maskapai mampu bersaing di tengah dominasi marketplace. Dengan demikian, terdapat kesenjangan dalam memahami apakah sistem pemesanan tiket online Citilink efektif dalam mendorong minat beli ulang serta kendala apa saja yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengevaluasi efektivitas dan daya guna sistem reservasi

online Citilink dalam meningkatkan minat beli ulang tiket penumpang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk memahami daya guna sistem reservasi online melalui platform resmi maskapai Citilink dalam meningkatkan minat beli ulang tiket penumpang maskapai Citilink dan apa saja kendala yang mempengaruhi minat penumpang untuk membeli ulang tiket melalui reservasi online maskapai Citilink. Selain itu penelitian ini dilakukan di Bandar Udara Internasional Juanda, Surabaya.

LANDASAN TEORI

Daya Guna

Daya guna merupakan kemampuan yang digunakan untuk menilai pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem. Menurut Nielsen (2012), daya guna (*usability*) didefinisikan sebagai tingkat di mana sebuah sistem dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif, efisien, dan memuaskan dalam konteks penggunaan tertentu. Dalam konteks sistem reservasi online, daya guna mengacu pada kemudahan akses, kecepatan, dan kenyamanan dalam menggunakan layanan tersebut (Nielsen, 2012). Sedangkan menurut ISO 9241-11 (1998), daya guna adalah sejauh mana produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektivitas, efisiensi, dan kepuasan dalam konteks penggunaan tertentu (*International Organization for Standardization*).

Menurut Nielsen (2012), terdapat lima dimensi utama dalam daya guna sistem yang memengaruhi pengalaman pengguna yaitu *Learnability* (Kemudahan Belajar), merupakan sistem harus mudah dipahami oleh pengguna baru. Dalam konteks reservasi online, antarmuka yang intuitif memudahkan calon penumpang memahami proses pemesanan tiket. Kedua adalah *Efficiency* (Efisiensi), setelah memahami sistem, pengguna harus mampu menyelesaikan tugas dengan cepat dan

tanpa hambatan. Efisiensi dalam reservasi online mencakup kecepatan pencarian jadwal penerbangan hingga proses pembayaran. *Memorability* (Kemudahan Diingat) merupakan sistem yang baik memungkinkan pengguna untuk mengingat cara penggunaannya meskipun mereka tidak sering mengaksesnya. Yang terakhir adalah *satisfaction* (Kepuasan Pengguna) merupakan sistem harus memberikan pengalaman yang menyenangkan, termasuk kenyamanan dalam navigasi dan keamanan data pelanggan (Nielsen, 2012).

Reservasi Online Melalui Website

Reservasi online melalui website adalah proses pemesanan layanan atau produk yang dilakukan secara elektronik melalui situs web. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, reservasi didefinisikan sebagai proses, pembuatan, atau cara memesan (tempat, barang, dsb) kepada orang lain. Dengan demikian, reservasi online memungkinkan pelanggan untuk memesan layanan seperti tiket pesawat, kamar hotel, atau jasa lainnya secara langsung melalui platform web tanpa perlu interaksi tatap muka atau telepon.

Reservasi online melalui website adalah proses pemesanan layanan atau produk yang dilakukan melalui platform digital berbasis web, di mana pelanggan dapat memilih, memesan, dan membayar secara langsung tanpa perlu interaksi fisik atau tatap muka (Laudon & Laudon, 2020). Sistem ini memungkinkan akses informasi yang cepat dan transaksi yang efisien, terutama dalam industri jasa seperti penerbangan, perhotelan, dan transportasi. Menurut Turban et al. (2018), sistem reservasi online melalui website dirancang untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses layanan di mana saja dan kapan saja. Dalam konteks maskapai penerbangan seperti Citilink, sistem ini berfungsi sebagai media utama bagi penumpang untuk memesan tiket, memeriksa jadwal penerbangan, dan menyelesaikan proses pembayaran secara mandiri.

Menurut penelitian Park et al. (2019), terdapat hubungan positif antara tingkat daya

guna sistem reservasi online dan loyalitas pelanggan. Semakin mudah dan cepat proses reservasi dilakukan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas dan kembali menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks Citilink, daya guna yang tinggi pada sistem reservasi online memudahkan penumpang dalam mengakses informasi penerbangan, membandingkan harga, dan menyelesaikan pembelian tiket dengan cepat. Hal ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang (Tjiptono, 2020).

Minat Beli Ulang

Minat beli ulang (*repurchase intention*) adalah kecenderungan atau niat konsumen untuk melakukan pembelian kembali terhadap produk atau layanan yang telah digunakan sebelumnya. Minat ini muncul sebagai respons terhadap pengalaman positif yang dirasakan konsumen setelah menggunakan produk atau layanan tersebut (Hellier et al., 2013). Menurut Oliver (2015), minat beli ulang merupakan hasil dari kepuasan pelanggan yang tinggi dan kepercayaan terhadap kualitas produk atau layanan. Ketika pelanggan merasa puas dan percaya, mereka cenderung kembali untuk melakukan pembelian di masa depan.

Zeithaml et al. (2018) menambahkan bahwa minat beli ulang sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan, persepsi kualitas, dan kemudahan dalam mengakses layanan. Dalam industri jasa seperti penerbangan, kemudahan sistem pemesanan secara online menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian ulang. Menurut Yoon & Kim (2019), sistem yang memiliki daya guna tinggi meningkatkan kepuasan pelanggan, mengurangi hambatan dalam proses pembelian, dan mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Dalam kasus maskapai seperti Citilink, sistem reservasi online yang mudah digunakan dan andal dapat meningkatkan kenyamanan penumpang, memperkuat kepercayaan, dan akhirnya mendorong minat

beli ulang tiket penerbangan (Setiawan & Ferdinand, 2022).

Maskapai Citilink

PT Citilink Indonesia atau yang biasa dikenal dengan nama maskapai Citilink ini merupakan perusahaan penerbangan yang pertama beroperasi di tahun 2001. Maskapai Citilink merupakan anak perusahaan dari PT Garuda Indonesia yang juga menjadi salah satu perusahaan penerbangan ternama di Indonesia. Pada awalnya maskapai Citilink didirikan sebagai Unit Bisnis Strategis oleh induk perusahaannya, yakni Garuda Indonesia. Namun seiring berjalannya waktu, maskapai Citilink turut dijadikan prioritas untuk lebih dikembangkan lagi.

Maskapai Citilink memiliki konsep bisnis LCC (Low Cost Carrier) yang diciptakan untuk merebut pangsa pasar masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah, sehingga dapat dijadikan sebagai alternative perjalanan transportasi udara dengan tarif yang terjangkau. Meskipun demikian, maskapai Citilink juga memiliki layanan full service untuk beberapa rutennya, sehingga tarif, pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan sangat beragam. Meskipun dikenal dengan maskapai dengan tarif rendah, namun maskapai Citilink juga memiliki pelayanan yang tak kalah saing dengan maskapai lainnya, hal tersebut terbukti dengan banyaknya penghargaan di bidang pelayanan yang telah diraih.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena atau masalah secara mendalam melalui eksplorasi pengalaman, pandangan, dan makna yang diberikan oleh partisipan (Creswell, 2018). Metode ini menitikberatkan pada proses pengumpulan data deskriptif berupa kata-kata, narasi, atau gambar daripada angka-angka statistik. Penelitian kualitatif bersifat interpretatif, berfokus pada konteks, dan memungkinkan peneliti menggali

secara mendalam aspek-aspek yang tidak dapat diukur secara kuantitatif (Sugiyono, 2022). Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang dilakukan guna meneliti kondisi obyek yang bersifat alami, yang mana peneliti memiliki peran sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data menggunakan gabungan (triangulasi), analisis datanya bersifat induktif serta hasil pada penelitian lebih ditekankan pada makna

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui proses pengumpulan data oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis (Sugiyono, 2022). Data ini dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian menggunakan metode wawancara. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain yang digunakan kembali oleh peneliti untuk keperluan penelitian (Sugiyono, 2022). Data ini berupa dokumen, jurnal, buku, dan lain sebagainya.

Menurut Sugiyono (2022), teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai cara, berbagai situasi, dan berbagai teknik. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Teknis analisis data yang peneliti gunakan adalah teknik analisis data Model Miles dan Huberman. Menurut Miles & Huberman (2014) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Guna Sistem Reservasi Online Melalui Website Citilink dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang Tiket

Daya guna sistem reservasi online dapat diartikan seberapa efektif dan efisien sistem tersebut dalam memenuhi kebutuhan pengguna, termasuk kemudahan akses, kecepatan layanan,

dan keandalan informasi (Kotler & Keller, 2020). Dalam konteks maskapai Citilink, sistem reservasi online melalui website memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan penumpang untuk membeli ulang tiket. Aspek daya guna sistem reservasi online yang berkontribusi dalam meningkatkan minat beli ulang meliputi Kemudahan Penggunaan (*Usability*), Kecepatan dan Efisiensi (*Efficiency*), dan Ketersediaan Informasi (*Information Availability*).

Website Citilink dirancang dengan tampilan ramah pengguna, memungkinkan penumpang untuk mengakses berbagai fitur dengan cepat dan tanpa hambatan. Menu pencarian penerbangan, informasi harga, dan proses pembayaran, memudahkan pengguna dalam menyelesaikan transaksi secara mandiri. Penempatan tombol-tombol utama seperti "Cari Penerbangan" dan "Lanjutkan Pembayaran" yang mudah ditemukan mengurangi kebingungan pengguna, terutama bagi pelanggan yang belum terbiasa dengan teknologi digital.

Selain itu, kemudahan penggunaan website Citilink tercermin dari proses pemesanan yang disederhanakan. Pengguna hanya perlu mengikuti beberapa langkah mudah mulai dari memilih rute penerbangan, menentukan tanggal, memilih kelas layanan, hingga menyelesaikan pembayaran. Sistem yang menyediakan panduan visual dan informasi secara real-time memungkinkan pelanggan memahami setiap tahap transaksi tanpa memerlukan bantuan tambahan. Produk yang ditawarkan pada website Citilink tidak hanya mencakup pemesanan tiket, namun banyak produk lain yang juga ada pada website.

Calon penumpang dapat memesan tiket perorangan dan dapat juga memesan untuk group tiket atau *family pack*. Cara pendaftaran pun mudah dilakukan, hanya dengan memasukkan email pengguna dan mengisi data diri singkat. Lalu pengguna akan mendapatkan email aktivasi yang dikirimkan, setelah itu kembali login seperti semula dan sudah dapat melakukan pemesanan tiket beserta layanan lainnya. Website Citilink yang intuitif, ramah

pengguna, dan mudah diakses dari berbagai perangkat mempermudah pelanggan dalam memesan tiket secara mandiri (Amin et al., 2020).

Kecepatan dan efisiensi (*efficiency*) dalam sistem reservasi online merujuk pada kemampuan sistem untuk memproses permintaan pengguna secara cepat dan akurat dengan waktu minimal serta upaya yang efisien (Nielsen, 2012). Efisiensi pada website Citilink tercermin dalam proses reservasi. Pelanggan hanya perlu mengikuti beberapa langkah mudah, seperti memilih rute dan tanggal penerbangan, memasukkan data penumpang, dan menyelesaikan pembayaran. Dengan tampilan yang responsif dan proses otomatis, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi menjadi lebih singkat. Website Citilink dirancang untuk memberikan respons yang cepat pada setiap tahap reservasi, mulai dari pencarian jadwal penerbangan hingga konfirmasi pembayaran. Sistem ini menggunakan teknologi berbasis digital yang memungkinkan pemrosesan data secara real-time, sehingga pengguna dapat mengakses informasi terbaru tentang ketersediaan kursi, harga tiket, dan promosi yang berlaku tanpa mengalami penundaan yang signifikan (Kim et al., 2020).

Website Citilink menyediakan berbagai informasi penting yang dibutuhkan oleh calon penumpang dalam proses reservasi tiket. Informasi tersebut mencakup jadwal penerbangan, harga tiket yang diperbarui secara real-time, kebijakan bagasi, syarat dan ketentuan, hingga panduan perjalanan. Selain informasi dasar, website Citilink juga menyediakan detail tambahan seperti pilihan kursi, layanan tambahan (*add-ons*), promo terkini, dan kebijakan pembatalan atau pengubahan jadwal. Informasi tersebut disajikan secara terstruktur melalui fitur pencarian yang intuitif, memungkinkan pengguna menemukan data yang mereka butuhkan dengan cepat.

Dalam website Citilink, tidak hanya ada pemesanan tiket namun berbagai produk dan layanan lainnya juga disediakan. Pada website

Citilink juga tersedia informasi tarif *excess baggage* (bagasi tambahan) yang memudahkan pengguna agar dapat mengetahui besaran tarif yang dikenakan jika membawa barang bawaan melebihi ketentuan. Dalam website Citilink juga disediakan fitur *customer service* yang dapat membantu menjawab pertanyaan atau memberi informasi kepada para pengguna sehingga dapat menciptakan komunikasi dua arah antara maskapai dengan pengguna. Dengan menyediakan informasi yang lengkap, akurat, dan mudah diakses, website Citilink tidak hanya mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan tiket tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam berinteraksi dengan layanan digital maskapai. Ketersediaan informasi yang memadai dapat membangun kepercayaan, mengurangi ketidakpastian, dan mendorong niat beli ulang pelanggan (Amin et al., 2020).

Kendala Yang Mempengaruhi Minat Penumpang Untuk Membeli Ulang Tiket Melalui Reservasi Online Melalui Website Maskapai Citilink

Kendala yang mempengaruhi minat penumpang untuk membeli tiket ulang melalui web, yaitu gangguan pada jaringan atau sistem yang seringkali terjadi membuat pengguna merasa tidak nyaman dan terganggu. Seringkali pada saat proses transaksi terjadi, tiba-tiba sistem mengalami gangguan atau error. Gangguan pada jaringan atau sistem dalam proses reservasi online, seperti yang dapat terjadi di website Citilink, merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi pengalaman pengguna secara negatif. Ketika sistem mengalami error atau gangguan teknis di tengah proses transaksi, hal ini dapat menyebabkan ketidaknyamanan, meningkatkan ketidakpercayaan, dan bahkan menghambat keputusan pelanggan untuk melanjutkan atau mengulangi pembelian di masa depan (Chiu et al., 2021). Masalah teknis seperti lambatnya respon sistem, kesalahan dalam proses pembayaran, atau kegagalan dalam memproses data dapat menurunkan persepsi pelanggan

terhadap keandalan dan efisiensi layanan (Amin et al., 2020).

Kendala selanjutnya kurangnya demonstrasi dan sosialisasi dari pihak maskapai sehingga pelanggan tidak dapat mengetahui lebih jelas tentang fitur-fitur yang ada pada website dan keuntungan yang diperoleh apabila memesan tiket melalui website. Maskapai Citilink juga belum maksimal dalam hal promosi terkait produk-produknya, sehingga ada pelanggan yang tidak mengetahui adanya website Citilink sebagai sarana pemesanan tiket dan akhirnya lebih memilih untuk menggunakan aplikasi e-commerce lainnya. Padahal apabila pelanggan melakukan pemesanan tiket melalui e-commerce, hal itu dapat merugikan maskapai karena pada aplikasi-aplikasi tersebut merk dan produk yang ditawarkan sangat bervariasi, sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam membandingkan dan mempengaruhi minat pelanggan untuk membeli produk dari maskapai lain atau dari kompetitor. Ketidaktahuan ini berdampak pada rendahnya tingkat pemanfaatan website sebagai media utama dalam melakukan transaksi, yang pada akhirnya mengurangi potensi peningkatan loyalitas pelanggan (Kim et al., 2021).

Kendala terakhir adalah harga yang ditawarkan pada website kurang bersaing dengan kompetitor lainnya, sehingga dengan adanya teknologi saat ini membuat pengguna dapat dengan mudah membandingkan harga tiket dengan *e-commerce* atau marketplace lain. Dalam era digital saat ini, pelanggan memiliki kemudahan untuk membandingkan harga dari berbagai maskapai melalui aplikasi. Penelitian Pappas (2018) menjelaskan kemudahan akses informasi memungkinkan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian berdasarkan harga terbaik yang mereka temukan. Jika harga di website resmi tidak kompetitif atau lebih tinggi dibandingkan di platform lain, maka pelanggan cenderung memilih alternatif yang lebih ekonomis. Keunggulan kompetitif berbasis harga sangat memengaruhi loyalitas

pelanggan dalam industri penerbangan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kim et al. (2021), pelanggan yang sensitif terhadap harga lebih cenderung beralih ke platform lain yang menawarkan diskon atau promosi eksklusif.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sistem reservasi online melalui website Citilink memiliki potensi besar dalam meningkatkan minat beli ulang penumpang. Fitur-fitur yang mendukung kemudahan penggunaan, kecepatan layanan, dan ketersediaan informasi yang akurat menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman pelanggan dalam menggunakan sistem ini. Ketika penumpang merasa proses pemesanan tiket berjalan dengan mudah, cepat, dan informatif, maka kepuasan terhadap layanan akan meningkat. Jika sistem reservasi online dapat beroperasi secara optimal tanpa hambatan teknis, penumpang akan merasa nyaman dan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk melakukan pembelian ulang melalui platform tersebut di masa mendatang. Namun, terdapat beberapa kendala yang memengaruhi minat beli ulang penumpang. Kendala tersebut meliputi gangguan teknis atau error saat transaksi, kurangnya sosialisasi dan promosi mengenai fitur dan keuntungan pemesanan di website Citilink, serta harga tiket yang kurang kompetitif dibandingkan platform e-commerce atau marketplace lainnya. Faktor-faktor ini menyebabkan penumpang lebih memilih memesan tiket melalui platform lain yang mereka anggap lebih praktis dan ekonomis.

Saran

Untuk meningkatkan daya guna sistem reservasi online melalui website, Citilink perlu melakukan berbagai upaya yang berfokus pada perbaikan sistem, peningkatan pengalaman pengguna, serta penguatan promosi dan layanan. Dengan sistem yang stabil, penumpang akan merasa lebih nyaman dan percaya untuk melakukan pemesanan ulang melalui website resmi. Selain stabilitas sistem,

meningkatkan sosialisasi dan promosi terkait fitur dan keuntungan pemesanan melalui website. Minimnya informasi yang diterima pelanggan mengenai kemudahan dan manfaat memesan tiket langsung di website Citilink menjadi salah factor yang menjadi berkurangnya minat beli ulang. Citilink diharapkan mengadakan kampanye promosi yang aktif melalui berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, email, dan iklan digital. Dengan menyampaikan informasi yang jelas dan menarik, penumpang akan lebih memahami keuntungan menggunakan website resmi dibandingkan platform lain.

Harga tiket yang kompetitif juga menjadi aspek penting dalam menarik minat beli ulang. Dengan semakin mudahnya penumpang membandingkan harga di berbagai platform, Citilink perlu menyesuaikan strategi harga agar lebih bersaing. Memberikan insentif tambahan seperti diskon eksklusif, program loyalitas, atau penawaran khusus bagi pengguna yang memesan melalui website dapat menjadi solusi efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Insentif ini akan memberikan nilai tambah yang mendorong penumpang untuk memilih website Citilink sebagai sarana utama dalam melakukan pemesanan tiket. Citilink juga disarankan untuk secara rutin melakukan evaluasi terhadap sistem reservasi online. Melalui survei kepuasan pelanggan. Umpan balik ini menjadi dasar penting untuk perbaikan dan inovasi berkelanjutan yang bertujuan meningkatkan daya guna sistem dan mendorong minat beli ulang tiket.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2020). *User satisfaction and loyalty in online services: The role of usability. Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101891.
- [2] Chiu, C. M., Wang, E. T., Fang, Y. H., & Huang, H. Y. (2021). Understanding customers' loyalty intentions in online shopping: *The role of perceived risk and trust. Information & Management*, 48(6), 394-402.

- [3] Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2013). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- [4] Kim, H. J., Kim, W. G., & Shin, S. (2020). *Effects of consumer trust on loyalty in e-commerce: The moderating role of perceived value*. *Tourism Management*, 83, 104206.
- [5] Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Pearson.
- [6] Liao, C., Palvia, P., & Lin, H.-N. (2017). The roles of trust and privacy concerns in online purchasing behavior. *Information & Management*, 44(8), 1087-1099.
- [7] Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- [8] Nielsen, J. (2012). *Usability Engineering*. Academic Press.
- [9] Nielsen, J. (2012). *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann.
- [10] Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- [11] Park, H., Jeon, J., & Kim, Y. (2019). *The effects of online reservation usability on customer retention*. *Tourism Management*, 72, 123-135.
- [12] Setiawan, M. B., & Ferdinand, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan online terhadap loyalitas pelanggan maskapai penerbangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 45-57.
- [13] Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Andi Publisher.
- [15] Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management*. Wiley.
- [16] Yoon, C., & Kim, S. (2019). Understanding user experience in online services: The effect of usability and satisfaction on loyalty. *Journal of Service Science and Management*, 12(1), 98-112.
- [17] Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. McGraw-Hill.