

ABSTRAK

Ratna Dewi, 1307155, “Pengaruh Implementasi *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan di Ezytravel (Survey terhadap Pelanggan Ezytravel yang Menggunakan Website di Indonesia)”, di bawah bimbingan Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si dan HP. Diyah Setyorini, MM.

Kepuasan Pelanggan merupakan topik utama yang sedang dikaji dalam penelitian di bidang pariwisata. Tingkat kepuasan pelanggan Ezytravel cenderung menurun dan muncul berbagai keluhan dari pelanggan, maka perlu dilakukan pra-penelitian guna mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan. Hasil pra penelitian menindikasikan beberapa indikator dari kepuasan pelanggan di Ezytravel cukup rendah. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* sebagai variabel independen (X) yang terdiri dari *reliability, responsiveness, ease of use, personalization, security & trust, website aesthetic, efficiency, fulfillment* dan *contact* terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan metode yang digunakan adalah survei dengan teknik *explanatory survey*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu pelanggan Ezytravel yang menggunakan website di Indonesia dengan teknik penarikan yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah Regresi Berganda dengan program SPSS 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor tertinggi dalam *e-service quality* adalah penilaian untuk dimensi *security & trust* dan terendah adalah *responsiveness*. Penilaian tertinggi untuk variabel kepuasan pelanggan adalah biaya dan kemudahan mendapatkan produk/jasa sementara dimensi emosional adalah terendah. Maka dari itu, Ezytravel harus tetap mempertahankan penilaian tertinggi dan memperhatikan serta melakukan perbaikan atas dimensi yang memiliki nilai rendah. Secara simultan, terdapat lima dimensi yaitu *responsiveness, personalization, security & trust, website aesthetic* dan *efficiency* yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, *e-service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Ezytravel.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, Ezytravel

ABSTRACT

Ratna Dewi, 1307155, “The Implementation Impact of E-Service Quality towards Customer Satisfaction in Ezytravel (Survey of Ezytravel’s Customers who Use Website in Indonesia)”, under guidance Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si and HP. Diyah Setyorini, MM.

Customer satisfaction become a major problem in tourism industry. The level of Ezytravel’s customer satisfacion tends to decrease and emerged a variety of complaints from customers, it is necessary to pre-research to find out how far the level of customer satisfaction. The results of pre-studies indicate customer satisfaction on Ezytravel quite low. Therefore, this study aimed to determine the effect of e-service quality as an independent variable (X) consisting of reliability, responsiveness, ease of use, personalization, security & trust, website aesthetic, efficiency, fulfillment and contact toward customer satisfaction as the dependent variable (Y). This type of research is descriptive and verificative with the method used was explanatory survey. The sample in this study of 100 respondents that Ezytravel’s customers who use website in Indonesia with the sampling technique used is simple random sampling. Data analysis technique used is multiple regressions with SPSS program 23.0. The results showed that the highest score in the e-service quality is security & trust and lowest dimension is responsiveness. The highest assessment for variable customer satisfaction is the cost and ease of getting products/services while dimension emotional is lowest. Therefore, Ezytravel must continue to maintain the highest assessment and attention as well as improve the assessment are still considered low by customers. Simultaneously, there are five dimensions, namely responsiveness, personalization, security & trust, website aesthetic and efficiency which significantly influence customer satisfaction. Partially, e-service quality significant influence on customer satisfaction on Ezytravel.

Key Word : E-Service Quality, Customer Satisfaction, Ezytravel