

**THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE,  
AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION ON  
TRAVELOKA IN JAKARTA SELATAN**

**By Fahriza Putra Shalihan**

***Abstract***

Traveloka is a start-up company that is developing one of the business of booking airline tickets. During the post-covid-19 recovery period, changes in tourist behavior, especially the millennial generation, resulted in fierce competition among online travel agents. So the purpose of this study was to determine: the effect of e-service quality, brand image, & price on Traveloka customer satisfaction in Jakarta Selatan . The approach used in this study is quantitative with a population of Traveloka users in South Jakarta. The sample used was 100 respondents with non-probability sampling by purposive sampling as a sampling technique of 100 samples. Data were collected by questionnaire and using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 25.00 application. Regression Model from inferential analysis is  $Y = -2,852 + 0,321X_1 + 0,311X_2 + 0,252X_3$ . The results show that: (1) There is an influence between E-Service Quality on Traveloka customer satisfaction and significant (2) There is an influence of Brand Image on Traveloka customer satisfaction and significant (3) There is an influence between Price and Quality on Traveloka customer satisfaction andvsignificant ( 4) There is an effect of E-Service Quality, Brand Image, & Price on Traveloka customer satisfaction simultaneously and significant.

***Keywords:*** *Online Travel Agent, Traveloka, E-Service Quality, Brand Image, Harga, Customer Satisfaction*

# **PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TRAVELOKA DI JAKARTA SELATAN**

**Oleh Fahriza Putra Shalihan**

## **Abstrak**

Traveloka merupakan perusahaan rintisan startup yang mengembangkan salah satunya bisnis pemesanan tiket pesawat. Dimasa pemulihan pasca covid-19 perubahan pada perilaku wisatawan yang terutama generasi milenial mengakibatkan persaingan yang ketat pada *online travel agent*. sehingga tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui: pengaruh *e- service quality*, *brand image*, & harga terhadap kepuasan pelanggan Traveloka di Jakarta Selatan. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi yaitu pengguna Traveloka di Jakarta Selatan. Adapun sampel yang digunakan sebanyak 100 responden respon dengan *non-probability sampling* secara *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel sebanyak 100 Sample. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25.00. Model Regresi yang didapatkan dalam penelitian ini berupa  $Y = -2,852 + 0,321X_1 + 0,311X_2 + 0,252X_3$  Adapun hasil menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh antara *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan Traveloka di Jakarta Selatan secara signifikan (2) Terhadap pengaruh antara *Brand Image* terhadap kepuasan pelanggan Traveloka secara signifikan (3) Terdapat pengaruh antara Harga dengan *Quality* terhadap kepuasan pelanggan Traveloka secara signifikan (4) Terdapat pengaruh antara *E-Service Quality*, *Brand Image*, & Harga terhadap kepuasan pelanggan Traveloka secara simultan & signifikan.

**Kata Kunci** : *Online Travel Agent*, Traveloka, *E-Service Quality*, *Brand Image*, Harga, Kepuasan Pelanggan