



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

SKRIPSI

FAHRIZA PUTRA SHALIHAN 1810111276

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022



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

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

FAHRIZA PUTRA SHALIHAN 1810111276

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Fahriza Putra Shalihan

NIM : 1810111276

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya siap menghadapi proses dan tuntutan yang berlaku

Jakarta, 22 Juni 2022

Yang Menyatakan



Fahriza Putra Shalihan

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fahriza Putra Shalihan

NIM : 1810111276

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) Dengan hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Juni 2022

Yang Menyatakan



Fahriza Putra Shalihan

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

Dipersiapkan dan disusun oleh:

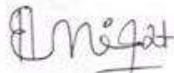
FAHRIZA PUTRA SHALIHAN 1810111276

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: Selasa, 28 Juni 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



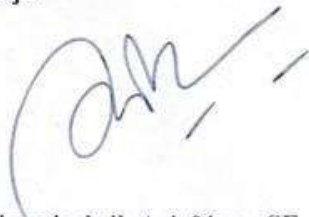
Dra. Bernadin Dwi, MM

Ketua Penguji



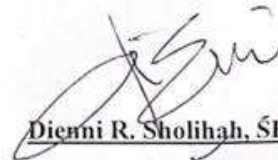
Dra. Heni Nastiti, MM

Penguji I



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak, M.Ak, CA., CSRS

Dekan FEB



Dienni R. Sholihah, SE, MM

Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidavati, SE, MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Juli 2022

**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



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Selasa, tanggal 28 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Fahriza putra shalihan

No.Pokok Mahasiswa : 1810111276

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh E-Service Quality, Brand Image,& Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka di Jakarta Selatan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Pengui

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi, MM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2.
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 28 Juni 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini akan diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan bulan Desember dengan judul “Pengaruh E-ServiceQuality, Brand Image dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka di Jakarta Selatan”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Siti Hidayati, S.E., MM. selaku ketua jurusan manajemen, Ibu Dienni R, Sholihah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang membantu dan mengarahkan skripsi penulis menjadi lebih baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dadang Solahudin, S.E dan Ibu Lina Roslianawati, S.E selaku orang tua saya serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Dan juga kepada kerabat penulis yang tetap memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Depok, 22 Juni 2022

Fahriza Putra Shalihan

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN JUDUL	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Landasan Teori	7
II.1.1 Pemasaran	7
II.1.2 Pemasaran Jasa	7
II.1.3 <i>Online Travel Agent</i>	8

II.1.4.2 Karakteristik Kepuasan Pelanggan	9
II.1.4.3 Dimensi kepuasan pelanggan.....	9
II.1.4.4 Indikator kepuasan pelanggan	10
II.1.5 <i>E –Services Quality</i>	11
II.1.5.1 Dimensi <i>E –Services Quality</i>	11
II.1.5.2 Indikator <i>E –Service Quality</i>	12
II.1.6 Brand Image.....	13
II.1.6.1 Dimensi Brand Image	14
II.1.6.2 Indikator Brand Image.....	15
II.1.7. Harga.....	15
II.1.7.1 Dimensi Harga	16
II.1.7.2 Indikator Harga	17
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	18
II.3 Model Penelitian Empiris	24
II.3.1 Hubungan <i>E – Quality Service</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24
II.3.2 Hubungan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
II.3.3 Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	25
II.3.4 Gambar Model Penelitian Empiris	25
II.4 Hipotesis Penelitian	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
III.1.1 Definisi Operasional.....	27
III.1.2 Pengukuran Variabel	27
III.2 Populasi dan Sampel.....	29
III.2.1 Populasi.....	29
III.2.2 Sampel	29
III.3 Teknik Pengumpulan Data	31

IV.6. Koefisien Determinasi.....	60
IV.7. Uji Hipotesis.....	61
IV.7.1 Uji Statistik f.....	61
IV.7.2 Uji Statistik t.....	62
IV.8 Pembahasan.....	63
IV.8.1 Pengaruh <i>E- Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Traveloka Di Jakarta Selatan.....	63
IV.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Traveloka Di Jakarta Selatan.....	64
IV.8.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Traveloka Di Jakarta Selatan.....	65
IV.8.3 Pengaruh <i>E-Service Quality, Brand Image & Harga</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Traveloka Di Jakarta Selatan Secara Simultan.....	66
BAB V.....	68
KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
V.1 Kesimpulan.....	68
V.2 Keterbatasan Penelitian.....	69
V.3 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
RIWAYAT HIDUP.....	76
LAMPIRAN.....	77
ABSTRAK.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Wisatawan Di Indonesia Periode 2018-2020	9
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	30
Tabel 3. Indikator Variabel Dengan Skala Likert	38
Tabel 4. Skala Likert	41
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	42
Tabel 6. Peringkat Jawaban Responden	43
Tabel 7. Nilai Indeks	44
Tabel 8. Tingkat Reabilitas Nilai Cronbach Alpha	47
Tabel 9. Analisa Deskriptif E-Service Quality	57
Tabel 10. Analisa Deskriptif Brand Image	58
Tabel 11. Analisa Deskriptif Harga	59
Tabel 12. Analisa Deskriptif Kepuasan Pelanggan	60
Tabel 13. Analisis Inferensial	61
Tabel 14. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 15. Uji Multikolinearitas	64
Tabel 16. Uji Heteroskedastitas Scatter Plot	66
Tabel 17. Uji Heteroskedastitas Glejser E-Service Quality	66
Tabel 18. Uji Heteroskedastitas Glejser Brand Image	67
Tabel 19. Uji Heteroskedastitas Glejser Harga	67
Tabel 20. Uji Validitas E-Service Quality	68
Tabel 21. Uji Validitas Brand Image	69
Tabel 22. Uji Validitas Harga	69
Tabel 23. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	70
Tabel 24. Uji Realibilitas	71
Tabel 25. Koefisien Determinasi	72
Tabel 26. Uji Statistik f	72
Tabel 27. Uji Statistik t	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Persaingan Online Travel Agent Di Indonesia	11
Gambar 2. Fenomena Kepuasan Pelanggan Traveloka.....	13
Gambar 3 . Model Penelitian Empiris	34
Gambar 4. Logo Traveloka	51
Gambar 5. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 6. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Umur	53
Gambar 7. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
Gambar 8. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Domisili	54
Gambar 9. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jumlah Pemesanan Tiket Pesawat	55
Gambar 10. Uji Normalitas P-P Plot of Regression.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup	106
Lampiran 2. Penelitian Terdahulu	107
Lampiran 3. Kueisoner Penelitian	112
Lampiran 4. Hasil Data Deskripsi Data Responden	119
Lampiran 5. Data Kueisoner Pengguna Traveloka Di Jakarta Selatan	122
Lampiran 6. Hasil Output SPSS	137