

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis di Indonesia sudah semakin pesat ditambah dengan berubahnya era globalisasi yang sekarang semakin tumbuh, pertumbuhan tersebut terlihat dari penggunaan internet yang sudah semakin banyak salah satunya di Indonesia. Saat ini e-commerce sedang tumbuh sangat pesat terhadap pangsa pasar, sehingga para pembisnis pun dituntut untuk berfikir kreatif dalam membuat strategi yang memberikan kontribusi yang optimal bagi tujuan perusahaan. Untuk itulah perusahaan harus bisa membuat kebijakan-kebijakan yang menyangkut terhadap pelayanan untuk mengantisipasi adanya persaingan yang semakin kompetitif pada bidang e-commerce yang berorientasi pada pelanggan. Traveloka.com merupakan situs booking online hotel dan tiket pesawat yang sudah menggunakan e-commerce . Oleh karena itu, penting diadakanya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan online yang sudah dilakukan oleh traveloka pada situsnya traveloka.com karena kualitas layanan online ini merupakan pemasaran jasa yang diambil dari dimensi tangible tentang kualitas layanan website.

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel layanan online. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan online. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 Konsumen situs *online* traveloka.com, tehnik analisis data yang digunakan dengan metode statistic deskriptif. Sehingga hasil yang diperoleh untuk mendapatkan besarnya persentase dari persepsi responden mengenai kualitas layanan online traveloka.com.

Dalam penelitian ini diharapkan kualitas layanan online traveloka.com mempunyai pengaruh baik dalam kualitas website yang diberikan kepada pelanggan traveloka.com.

Kata Kunci: *E-commerce, kualitas layanan online, Traveloka.com*