

ABSTRAK

Traveloka adalah perusahaan teknologi terkemuka di Indonesia yang menyediakan layanan pencarian dan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara *online* yang berdiri pada tahun 2012. Inovasi dan pengembangan layanan adalah bagian dari bisnis teknologi yang dibangunnya. Dua aspek inilah yang menjadi kunci sukses Traveloka bersaing di level regional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-customer Satisfaction* pada pelanggan Traveloka di kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Traveloka di kota Bandung dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* yaitu dengan jenis *purposive sampling* dengan jumlah responden diambil sebanyak 100 responden yang telah menggunakan Traveloka. Kemudian untuk teknik analisis data menggunakan analisis jalur dan pengolahan data menggunakan *software SPSS* versi 25.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, persentase *E-Service Quality*, *E-Customer Satisfaction*, dan *E-Customer Loyalty* masuk dalam kategori baik, *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*, *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*, *E-Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*, dan pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* secara simultan berpengaruh signifikan.

Oleh karena itu, peneliti memberi saran kepada perusahaan untuk menguatkan daya tarik visualnya, mendesain dalam tampilan Traveloka, dan memberi iklan yang menarik seperti promo atau *voucher*.

Kata Kunci : *E-Service Quality, E-Customer Loyalty, E-Customer Satisfaction*