

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat karena sejalan dengan meningkatnya kebutuhan manusia. Perkembangan teknologi ini diharapkan mampu untuk membantu aktivitas manusia dalam mengakses informasi global, berita, pengiriman data yang dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Seiring dengan perkembangan tersebut, perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan yang terjadi saat ini agar mampu menjangkau konsumennya dan meningkatkan keuntungan. Perusahaan bisnis saat ini mulai beralih menggunakan *e-commerce*.

Traveloka adalah salah satu situs online yang bergerak pada reservasi tiket, baik itu tiket pesawat, kereta, bus, hotel, penyewaan mobil, airport transfer maupun tempat wisata. Konsep awal dari Traveloka adalah sebagai mesin pencari untuk membandingkan harga tiket pesawat dari berbagai situs tiket online lainnya. Namun pada tahun 2013, Traveloka berubah menjadi situs reservasi online tiket pesawat dimana penggunaannya dapat melakukan pemesanan tiket pesawat melalui situs resminya.

Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh harga yang diberikan Traveloka, *e-service quality* pada traveloka baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausalitas. Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *Sampling Purposive* dengan pertimbangan pelanggan Traveloka yang pernah menggunakan pemesanan tiket online baik melalui aplikasi maupun *website* Traveloka lebih dari tiga kali.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan uji SPSS versi 24. Diketahui bahwa Harga dan *E-Service Quality* berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka di Yogyakarta. Hasil dari koefisien determinasi adalah sebesar 72,6%. Dapat disimpulkan bahwa Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan *E-Service Quality* memberikan pengaruh sebesar 72,6% terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka di Yogyakarta. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain selain Harga dan *E-Service Quality*.

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