

## ABSTRAK

Kliktrip merupakan perusahaan *online travel agent* yang didirikan pada tahun 2018 di Bandung yang menawarkan layanan untuk pemesanan jasa perjalanan dan aktivitas wisata. Kliktrip hanya menerima pemesanan melalui website. Setelah dilakukan observasi berdasarkan data internal Kliktrip dan data primer hasil kajian pendahuluan ditemukan kinerja website Kliktrip masih belum baik. Salah satu parameter untuk mengukur kinerja website adalah dengan menghitung *conversion rate*. *Conversion rate* website Kliktrip sangat rendah, yaitu sebesar 2.16% dari standar *conversion rate* yang baik yaitu 5.31%. Parameter lainnya yang mengindikasikan kinerja website yang baik adalah *bounce rate*. *Bounce rate* website Kliktrip berada di persentase 80%, jauh dari angka *bounce rate* yang baik untuk penjualan produk dan jasa yaitu 20-40%. Nilai SEO Kliktrip paling rendah dibandingkan dengan tiga website kompetitornya. Oleh karena itu, dilakukan penyusunan Tugas Akhir untuk mengetahui kinerja atribut *e-service quality* website Kliktrip menggunakan metode *importance performance competitor analysis* untuk mengetahui atribut mana yang kinerjanya harus diperbaiki. Perancangan perbaikan kinerja atribut layanan berdasarkan hasil integrasi antara *e-service quality* dengan matriks IPCA, yaitu Kliktrip memerlukan perbaikan pada delapan belas atribut yang memiliki nilai *performance different* yang negatif jika dibandingkan dengan Explorer.id dan terletak pada kuadran III (*urgent action*), sehingga nantinya akan mampu meningkatkan kinerja website dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

***Kata kunci : Online Travel Agent, Atribut Layanan, Metode IPCA, Electronic Service Quality***