

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi Tiket.com sebagai salah satu *e-commerce* yang menyediakan layanan berupa reservasi tiket pesawat, kereta api, *booking* hotel dengan pemesanannya secara *online*. *E-service quality* dan harga yang baik akan mendukung perusahaan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Berdasarkan ulasan beberapa pelanggan yang ada di sosial media dan pra survei dari 30 responden, hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Tiket.com di DKI Jakarta masih belum maksimal dimana pelanggan cukup banyak mengeluhkan mengenai kualitas layanan aplikasi dan harganya. Penetapan harga ini merupakan persoalan yang penting, karena dapat mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan juga konsumennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Tiket.com di DKI Jakarta.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kuesioner disebar melalui platform media sosial termasuk Instagram, Whatsapp, dan Twitter ke 100 pelanggan Tiket.com yang berdomisili di DKI Jakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang dibantu dengan bantuan software IBM SPSS 24.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan dari *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Tiket.com di DKI Jakarta. Besaran pengaruh yang dikarenakan variabel *e-service quality* dan harga sebesar 60,9% dan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Kata kunci: *E-Service Quality*, Harga, Kepuasan Pelanggan