

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN *E-COMMERCE***

(Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna

tiket.com di STP AMPTA)



OLEH

VALERIE AMANDA TIFFANY ROSANG

NIM 417100468

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2021

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN *E-COMMERCE***

(Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna

tiket.com di STP AMPTA)



OLEH

VALERIE AMANDA TIFFANY ROSANG

NIM 417100468

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN E-COMMERCE
(Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna
tiket.com di STP AMPTA)



Oleh
VALERIE AMANDA TIFFANY ROSANG
NIM 417100468

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Drs. Prihatno, M.M.
NIDN. 0526125901

Pembimbing II

Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST., M.M.
NIDN. 0516057102

Mengetahui,
Ketua Prodi

Yudi Setiaji SH., M.M.
NIDN. 050806649

BERITA ACARA UJIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN E-COMMERCE
(Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna
tiket.com di STP AMPTA)

SKRIPSI

Oleh
VALERIE AMANDA TIFFANY ROSANG
NIM 417100468

Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan **LULUS**

Pada Tanggal : 20 Mei 2021

TIM PENGUJI :

Penguji Utama : I Putu Hardani Hesti Duari S.ST., M.MPar
NIDN. 0506108201

Penguji I : Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

Penguji II : Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M
NIDN. 0516057102



Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, MM
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Valerie Amanda Tiffany Rosang

NIM : 417100468

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan *E-Commerce* (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna tiket.com di STP AMPITA)” adalah asli karya sendiri, hasil gagasan dan penelitian sendiri dengan arahan dosen pembimbing, kecuali kutipan sebagai acuan yang telah penulis sebutkan sumbernya dalam daftar pustaka, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun. Penulis bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Yogyakarta, 19 April 2021

The image shows an official stamp of Universitas Muhammadiyah Tempe (UMT). The stamp is rectangular with a yellow border and contains the university's logo, the name 'UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TEMPE', and the acronym 'UMT'. Below the stamp is a handwritten signature in blue ink.

Valerie Amanda Tiffany Rosang

MOTTO

“Percayalah kepada TUHAN dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri. Akuilah Dia dalam segala lakumu, maka Ia akan meluruskan jalanmu.”

(Amsal 3:5-6)

“Hidup adalah sebuah kesempatan, tetapi ada batas waktu yang harus dimanfaatkan dengan baik.”

(Pdt. Djonly. J. R. Rosang)

“Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya.”

(Pengkhotbah 3:11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala hormat dan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas tuntunan, berkat, kasih dan kemurahan-Nya yang melimpah kepada penulis, karena anugrah dan campur tangan-Nya yang memungkinkan penulis menyelesaikan studi dan skripsi ini. Dengan rasa bahagia dan bangga, skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang terkasih:

1. Papi, Mami, dan Bang Ale. Terima kasih untuk semua doa, dukungan, pengertian, dan kasih sayang yang selalu penulis rasakan dalam setiap proses kehidupan penulis.
2. Giofani Christian dan saudara seperantauan; Kak Pitong, Panto, Billy, Mas Bubun. Terima kasih sudah mendukung, memotivasi, menjaga, mengajari, menemani, bersedia untuk selalu direpotkan, menjadi keluarga dan tempat berkeluh kesah, serta kasih sayang yang penulis rasakan selama proses studi dan skripsi ini.
3. Abang-abangku di Jogja; Bang Sinyo, Bang Apri, Bang Anen. Terima kasih sudah mendukung, menjaga, mengajari, dan bersedia untuk direpotkan dari awal penulis menginjakkan kaki di Jogja.
4. Keluarga dan sepupuku; Teteh, Tiffany, Tari, Tania. Terima kasih sudah menjadi keluarga sekaligus sahabat yang mendukung, memotivasi, dan menjadi tempat bertukar cerita walau dari jauh.
5. Jemaat Gereja Baptis Iman Pondok Indah, terima kasih untuk setiap doa dan dukungan untuk keluarga penulis dan GPIBI Amanat Agung Kalasan, terima kasih untuk bimbingan, doa, dan kesempatan untuk bisa beribadah dan melayani selama berada di Jogja.
6. Teman-teman seperjuangan; Aya, Angek, Asri, Fitri, Hoho, Imas, Mail, Yenny, serta teman-teman angkatan 2017 lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih sudah menjadi teman yang baik, saling membantu dan memberi semangat. Senang bisa mengenal kalian.

Untuk semua keluarga besar, sahabat, dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih untuk semua bantuan, doa, serta dukungannya dalam setiap proses kehidupan penulis. Tuhan Memberkati.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna tiket.com di STP AMPTA). Melalui skripsi ini pembaca dapat mengetahui kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan tiket.com.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Prihatno, M.M. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan dengan sabar dan bijaksana selama proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST., M.M. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan dengan sabar dan bijaksana selama proses penulisan skripsi ini.
3. Ibu I Putu Hardani Hesti Duari, S.ST., M.M. selaku penguji utama serta dosen pembimbing akademik yang telah meluangkan waktunya dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Yudi Setiaji S.H., M.M. selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan informasi selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah mengajar dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Fian Damasdino, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Bidang Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
7. Seluruh mahasiswa/i Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah bersedia menjadi responden dan meluangkan waktunya untuk berbagi informasi dan mengisi kuisioner penelitian ini.

Semoga bantuan dari Bapak, Ibu, para responden, serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan yang Maha Kuasa.

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, untuk itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Akhir kata, terima kasih dan Tuhan Memberkati.

Yogyakarta, 19 April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DATA.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. <i>E-commerce</i>	8
2. Kualitas Pelayanan	9
3. Harga	11
4. Kepuasan Pelanggan	14
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran.....	19
D. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
C. Populasi dan Sampel	22
1. Populasi	22
2. Sampel	23

D. Variabel Penelitian	24
1. Variabel Penelitian	24
2. Definisi Konseptual.....	25
3. Definisi Operasional.....	26
E. Metode Pengumpulan Data	27
1. Jenis Instrumen	27
2. Uji Kelayakan Instrumen	28
F. Metode Analisis Data	30
1. Uji Kelayakan Variabel	30
2. Jenis Analisis.....	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum	37
1. Sejarah Perusahaan.....	37
2. Lokasi Perusahaan.....	39
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4. Struktur Organisasi Perusahaan	40
5. Fasilitas dan Layanan Perusahaan.....	40
6. Produk dan Partner Perusahaan.....	42
B. Hasil Analisis Deskriptif	43
1. Analisis Karakteristik Data Responden	44
2. Analisis Tanggapan Responden	46
C. Hasil Uji Kelayakan Instrumen.....	49
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas	51
D. Hasil Uji Kelayakan Variabel.....	52
1. Uji Normalitas	52
2. Uji Multikolinearitas	54
3. Uji Heterokedastis.....	54
E. Hasil Penelitian	55
1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
2. Hasil Uji t (Parsial).....	57
3. Hasil Uji F (Simultan).....	57
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
F. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	4
Tabel 2.1.....	20
Tabel 3.1.....	28
Tabel 4.1.....	44
Tabel 4.2.....	45
Tabel 4.3.....	46
Tabel 4.4.....	47
Tabel 4.5.....	48
Tabel 4.6.....	49
Tabel 4.7.....	50
Tabel 4.8.....	51
Tabel 4.9.....	53
Tabel 4.10.....	54
Tabel 4.11.....	56
Tabel 4.12.....	58
Tabel 4.13.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	4
Gambar 4.1	37
Gambar 4.2	38
Gambar 4.3	39
Gambar 4.4	39
Gambar 4.5	40
Gambar 4.6	40
Gambar 4.7	41
Gambar 4.8	41
Gambar 4.9	42
Gambar 4.10	42
Gambar 4.11	43
Gambar 4.12	43
Gambar 4.13	52
Gambar 4.14	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Pengantar Penelitian	1
Lampiran 2	Surat Keterangan Penelitian	2
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	3
Lampiran 4	Hasil Data Penelitian	7
Lampiran 5	Hasil Olah Data.....	13
Lampiran 6	Tabel <i>Product Moment</i> (r)	17
Lampiran 7	Tabel t	18
Lampiran 8	Tabel F	19
Lampiran 9	Lembar Bimbingan	20

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata baik dari segi pelayanan maupun teknologi saat ini semakin meningkat. Perubahan perilaku wisatawan terutama generasi milenial yang sangat mengutamakan kecepatan dan kemudahan layanan menjadi salah satu pemicu pertumbuhan bisnis melalui media internet atau *e-commerce*. Hal ini menimbulkan pesaing-pesaing bisnis bagi layanan *online travel agent*, salah satunya adalah *tiket.com*. Sehingga sangat penting untuk memberikan kualitas pelayanan dan harga yang terbaik untuk menarik pelanggan menggunakan layanan tersebut dan terciptanya kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama dan diantara kedua variabel tersebut dicari pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dilakukan pada mahasiswa pengguna *tiket.com* di STP AMPTA, dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden menggunakan *probability sampling* yaitu teknik *simple random sampling*. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari hasil tanggapan responden melalui penyebaran kuisioner secara *online* dengan bantuan *google form*. Data dalam penelitian ini telah memenuhi uji kelayakan instrumen dan variabel, dengan analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2) sebagai uji hipotesis, yang diolah menggunakan bantaun program SPSS *statistics* versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan pada layanan *tiket.com*. Diketahui berdasarkan hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} (44,245) lebih besar dari F_{tabel} (3,09) artinya H_a^1 diterima. Hasil uji t menunjukkan nilai terbesar pada t_{hitung} terdapat pada variabel Harga sebesar 5,419 hal ini menunjukkan bahwa Harga merupakan variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan daripada variabel Kualitas Pelayanan, artinya H_a^2 ditolak. Berdasarkan uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,477 artinya bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh sebesar 47,7% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 52,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *E-commerce*, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The development of tourism in terms of both services and technology is currently increasing. Changes in tourists behavior, especially millennials, who prioritize speed and ease of service are one of the triggers for business growth through the internet or e-commerce media. This has led to business competitors for online travel agent services, one of which is tiket.com. Therefore, it is very important to provide quality service and the best price to attract customers to use these services and create customer satisfaction after doing a transaction.

This study aims to determine the effect of Service Quality (X1) and Price (X2) together and between the two variables, a more dominant influence on Customer Satisfaction (Y) is sought, conducted on students using tiket.com at STP AMPTA, sample as many as 100 respondents using probability sampling called simple random sampling technique. This research method uses quantitative methods. The data collection method used is in the form of primary data obtained from the results of respondents' responses through online questionnaires with the help of google form. The data in this study have met the feasibility test of instruments and variables, with data analysis used is multiple linear analysis, t test, f test, and the coefficient of determination (R²) as hypothesis testing, which is processed using the help of the SPSS statistics version 23 program.

The results of this study indicate that the variable Service Quality (X1) and Price (X2) together have a positive and significant effect on the Customer Satisfaction variable (Y) at tiket.com service. It is known that based on the results of the F test, it shows that the value of F_{count} (44.245) is greater than F_{table} (3.09) which means that H_a^1 is accepted. T test results show that the greatest value in t count is in the Price variable (X2) of 5,419, this shows that price is a variable that has more dominant influence on Customer Satisfaction than the Service Quality variable, meaning that H_a^2 is rejected. based on the coefficient of determination test, the R^2 value is 0.477, which means that the value of the Service Quality (X1) and Price (X2) variables has an influence of 47.7% on the Customer Satisfaction variable (Y), while the remaining 52.3% is influenced by other factors which is not examined in this research.

Keywords: E-commerce, Service Quality, Price, and Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

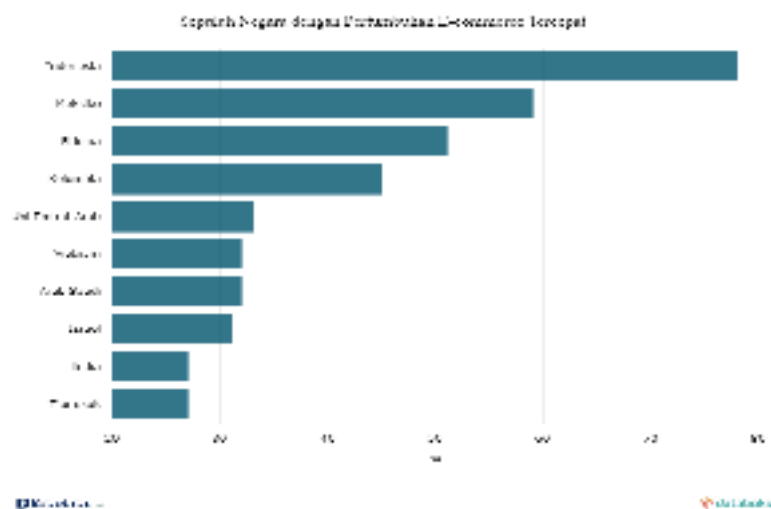
Perkembangan pariwisata baik dari segi pelayanan maupun teknologi saat ini sudah meningkat dengan pesat. Seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan pemasaran pariwisata khususnya dibidang perjalanan memerlukan pelayanan yang cepat, sehingga diperlukan teknologi untuk menyesuaikan kebutuhan tersebut. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah mengubah secara keseluruhan industri pariwisata melalui media digital, sehingga berdampak pada para pelaku usaha pariwisata industri perjalanan untuk bersaing memberikan pelayanan tercepat dan terbaik bagi konsumennya di era digital.

Saat ini, penggunaan internet tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, namun juga digunakan sebagai sarana transaksi perdagangan. Banyaknya bisnis yang saat ini didasarkan pada jaringan digital menimbulkan istilah *e-commerce*. *E-commerce (Electronic Commerce)* dapat didefinisikan sebagai aktivitas transaksi jual-beli dengan menggunakan media elektronik yang terhubung dengan internet. Transaksi *e-commerce* ini bukan lagi hal baru di Indonesia, bahkan perkembangannya terbilang sangat pesat.

Industri teknologi informasi melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari *e-business* yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), pemasaran elektronik (*e-marketing*), atau pemasaran online

(*online marketing*), proses transaksi online (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange*) dan lain-lain.

Lembaga riset asal Inggris, *Merchant Machine*, merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Satu diantaranya adalah Indonesia yang memimpin jajaran negara-negara tersebut yang mengalami kemajuan dengan pertumbuhan 78% pada tahun 2018, sebagaimana yang terlihat pada data di bawah ini:



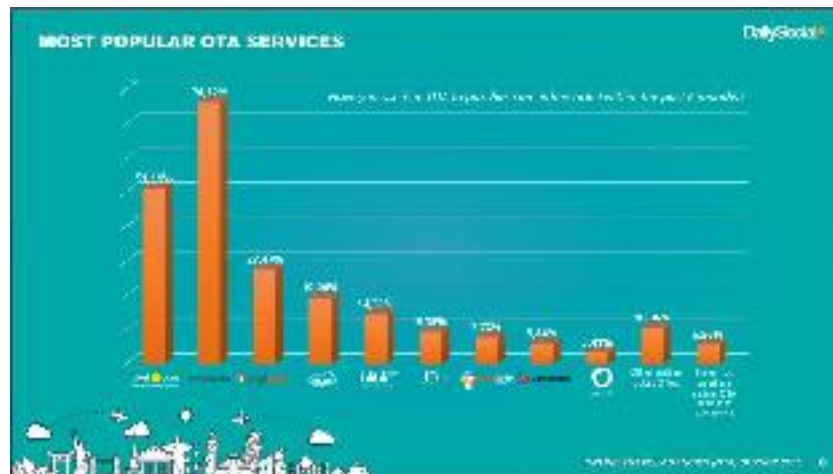
Gambar 1.1 Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat
Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses pada tanggal 02 Juni 2020

Jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini lebih dari 100 juta pengguna sehingga menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Rata-rata uang yang dibelanjakan masyarakat Indonesia di situs belanja daring mencapai US\$ 228 per orang atau sekitar Rp 3,19 juta per orang dan sekitar 17,7% responden tersebut membelanjakan uangnya untuk membeli tiket pesawat dan memesan hotel secara daring.

Perusahaan riset dan media online ini juga memberikan data yang menunjukkan bahwa Indonesia masuk dalam 10 negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Indonesia berada diperingkat kelima dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta per Maret 2019.

Perubahan perilaku wisatawan terutama generasi milenial yang sangat mengutamakan kecepatan dan kemudahan layanan menjadi salah satu pemicu pertumbuhan bisnis yang melakukan penjualannya melalui media internet atau *e-commerce*. Hal ini tentunya menimbulkan pesaing-pesaing bisnis bagi layanan *online travel agent*, diantaranya Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan situs pesaing lainnya. Satu diantaranya adalah Tiket.com, yang didirikan oleh Wenas Agusetiawan, Dimas Surya Yaputra, Natali Ardianto, Mikhael Gaery Undarsa pada bulan Agustus 2011. Pada awalnya, Wenas Agusetiawan membeli domain Tiket.com dan mengajak beberapa kolega untuk membuat sebuah situs web untuk melayani pemesanan tiket pesawat dan kereta api. Tiket.com merupakan salah satu rekan bisnis perusahaan Kereta Api Indonesia yang mana di Indonesia juga bekerjasama dengan berbagai maskapai penerbangan di Indonesia untuk memudahkan orang dalam melakukan pemesanan tiket pesawat melalui internet.

Traveloka dan tiket.com menjadi dua situs layanan *online travel agent* paling populer dalam pemesanan tiket pesawat di Indonesia tahun 2018 dibandingkan situs pesaing lainnya. Berikut data “*Most Popular Onilne Travel Agent Services*” menurut *daily social*:



Gambar 1.2 Most Popular Onilne Travel Agent Services

Sumber: dailysocial.id, diakses pada tanggal 02 Juni 2020

Berdasarkan data tersebut antara 50%-70% responden menggunakan

Traveloka dan Tiket.com untuk mereservasi tiket pesawat, tiket kereta, maupun ruang hotel. Selain itu, Tiket.com meraih tingkat kedua setelah pesaingnya Traveloka pada *Top Brand Award 2019*, dalam kategori situs *online booking* tiket pesawat dan travel tahun 2019. Seperti yang tertera pada data di bawah ini:

Tabel 1.1
Situs *Online Booking* Tiket Pesawat dan *Travel* Tahun 2019

BRAND	TBI 2019	
Traveloka.com	30,0%	TOP
Tiket.com	6,0%	
Trivago.co.id	4,9%	
Agoda.com	2,7%	
Pegipegi.com	1,8%	

Sumber: topbrandaward.com

Riset Google, Temasek, dan Bain & Company dalam laporan *e-Conomy SEA 2019*, memproyeksikan pasar *travel online* Indonesia hingga 2025 masih tetap unggul di Asia Tenggara. Potensi ini didorong kecenderungan pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia. Pertumbuhannya mencapai 20% pada paruh pertama 2018 hingga paruh pertama 2019. Pada 2025,

diproyeksikan *travel online* Indonesia akan tumbuh hingga 2,5 kali lipat dengan nilai transaksi US\$ 25 miliar (sumber: databoks.katadata.co.id).

Layanan situs *online* ini tentunya diminati karena memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam pemesanan tiket untuk melakukan perjalanan, ditambah lagi dengan banyaknya penawaran seperti *voucher* potongan harga dan *cashback* untuk menarik pelanggan berbelanja menggunakan layanan *online* yang telah disediakan.

Besarnya ketertarikan konsumen terhadap industri *e-commerce* ini tentunya memicu persaingan yang ketat dalam dunia bisnis *online travel agent*, sehingga sangat penting untuk memberikan kualitas pelayanan dan harga yang terbaik untuk menarik pelanggan menggunakan layanan tersebut, agar terciptanya kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi, sehingga dari rasa puas tersebut timbul keinginan untuk melakukan transaksi kembali pada situs yang sama.

Tiket.com sebagai satu diantara *online travel agent*, dalam menjual berbagai produknya selalu berusaha menjaga kenyamanan para pengguna jasanya dengan melakukan perubahan pada layanannya agar lebih baik sehingga para penggunanya akan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Tiket.com juga memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dari mulai pemesanan, pilihan cara pembayaran yang beragam hingga layanan proses *refund* yang mudah dilakukan. Layanan *customer care* 24 jam melalui *email*, *call center* bahkan *whatsapp* juga diberikan untuk membantu para pengguna jasanya. Tiket.com juga banyak memberikan penawaran harga

untuk setiap transaksi, berupa kode *voucher*, diskon dan berbagai penawaran eksklusif, serta point khusus untuk *member*, tentu saja hal ini dilakukan agar menarik pelanggannya tetap menggunakan jasanya.

Berdasarkan hasil uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh layanan *e-commerce*, secara khusus pada bisnis *online travel agent* terhadap kepuasan pelanggannya. Maka, penulis mengajukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan *E-Commerce* (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna tiket.com di STP AMPTA)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan?
2. Dari variabel kualitas pelayanan dan harga, manakah yang lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi permasalahan agar pembahasannya dapat lebih terinci, yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan tiket.com.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan tiket.com.
2. Untuk mengetahui variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan tiket.com.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi STP AMPTA, hasil penelitian ini sebagai bagian dari proses studi sehingga dapat menjadi bahan kajian ilmu kepariwisataan pada masa yang akan datang.
2. Bagi pelaku usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk menjadi pedoman dalam melakukan perbaikan dari segi kualitas pelayanan dan harga.
3. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat sebagai aplikasi ilmu yang dipelajari sekaligus membekali penulis mengantisipasi kebutuhan pelayanan yang berbasis digital kedepannya.