

ABSTRAK

Indonesia terus mengalami pertumbuhan pengguna Internet yang luar biasa pesatnya menurut hasil survei yang telah dilakukan oleh APJII, sehingga jumlah pengguna internet saat ini telah mencapai 132,7 juta pengguna atau bisa dikatakan bahwa penetrasi internet di Indonesia sudah melampaui setengah total populasi penduduk Indonesia yakni sebesar 51,8%. Selain itu, masyarakat Indonesia telah sadar akan manfaat internet, salah satunya dalam bidang ekonomi. Perusahaan Traveloka mengambil peluang dari kondisi tersebut dimana *e-commerce* sedang berkembang dan diminati. Traveloka merupakan perusahaan dengan *total visits* tertinggi serta berhasil mengalahkan perusahaan kompetitornya yakni Misteraladin, Pegipegi.com dan Agoda dengan menduduki peringkat pertama pada survei Top Brand Index.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Line*, dan *Facebook*. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 404 orang yang berdomisili di Indonesia dan pernah memesan hotel melalui Traveloka. Dalam Pengujian hipotesis, teknik analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.2.8.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Functionality* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Service Quality*, *Customer Experiential Aspects* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Service Quality*, *Reputation* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Service Quality*, *Perceived Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan sebagai media hubungan antara *Perceived Service Quality* dan *Return Intention*, *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Return Intention*, *Return Intention* sebagai berpengaruh signifikan sebagai media pehubung antara *Customer Satisfaction* dengan *Customer E-Loyalty*, *Return Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Customer E-Loyalty*.

Kata Kunci : *Website Quality*, *Perceived Service Quality*, *Customer e-Loyalty*