

ABSTRAK

Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu strategi perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan atau meningkatkan kepuasan konsumen. Garuda Indonesia menciptakan *Mobile Application* yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara elektronik atau biasa disebut *E-service Quality*. Program ini akan membantu perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dari konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-service Quality* aplikasi Garuda Indonesia terhadap *Customer Satisfaction* Garuda Indonesia serta bagaimana hubungan antara keduanya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah dimensi *E-service Quality* sedangkan variabel dependen adalah *Customer Satisfaction*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kausal dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Garuda Indonesia yang menggunakan *Mobile Application* ini, namun tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengguna *Mobile Application* ini, sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Convenience Sampling* dengan sampel sebanyak 400 responden dengan menggunakan skala pengukuran *likert 4 point*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisisioner secara online.

Secara simultan *E-service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 49,4%. Secara parsial menunjukkan bahwa yang berpengaruh signifikan adalah variabel *Web Design*, *Reliability*, *System Availability*, *Responsiveness* dan *Empathy* sedangkan variabel *Ease Of Use* dan *Privacy* tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci : *E-service Quality*, *Customer Satisfaction*