

ABSTRAK

Agoda merupakan salah satu platform pemesanan tiket perjalanan dan penginapan melalui online. Dengan berbagai keluhan pelanggan kepada pihak agoda yang membuat pelanggan tidak ingin melakukan pembelian ulang kepada aplikasi Agoda tersebut. Maka perusahaan Agoda harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan elektroniknya untuk tetap menaiki perhatian konsumen.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana pengaruh e-service quality dan customer satisfaction terhadap customer loyalty pada pengguna aplikasi Agoda. Dimana dalam penelitian ini pengaruh E-service quality dan customer satisfaction sebagai variabel independent dan customer loyalty sebagai variabel dependen.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 158 dalam menentukan jumlah sampel pada riset ini dibantu oleh software G*Power. Adapun Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan SEM PLS.

Berdasarkan hasil perhitungan dalam uji hipotesis E-service quality dan customer satisfaction berpengaruh positif terhadap Customer loyalty pada aplikasi Agoda, dimana H₀ ditolak dan H₁ di terima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel E-service quality (X₁) dan Customer satisfaction (X₂), terhadap Customer loyalty (Y).

Dari Hasil penelitian ditemukan beberapa saran untuk perusahaan yaitu berdasarkan hasil dari penelitian bahwa ease of navigation dalam indikator “aplikasi agoda memiliki fitur terhadap keamanan” merupakan hasil terendah di antara dimensi-dimensi lainnya, Maka pertanyakan Kembali bahwa adanya fitur keamanan yang harus di periksa agar pelanggan agoda tetap merasa aman dan melakukan Kembali pembelian melalui agoda.

Kata kunci : E-service quality, Customer satisfaction, Customer loyalty,, Agoda