

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Agoda adalah salah satu *platform* pemesanan tiket perjalanan melalui *online* selain tiket penerbangan terdapat juga pemesanan penginapan melalui *online* dengan memiliki daftar ratusan ribu hotel dan layanan. Agoda sendiri berdiri pada tahun 2005 oleh Robert Rosenstein dan Michael Kenny. Agoda berkembang dengan cepat di Asia dan di akuisisi pada tahun 2007 oleh Priceline Group akuisisi ini merupakan akuisisi internasional yang ketiga dengan penjual kamar hotel *online* terbesar.



**Gambar 1. 1 Logo Agoda**

*Sumber : <https://en.wikipedia.org/wiki/Agoda>*

Agoda sudah mempekerjakan lebih 3,700 profesional di bidang perjalanan wisata, kantor utama Agoda berada di Singapura dengan 53 kantor cabang di kota-kota besar yang ada di 30 negara. Perusahaan Agoda menyediakan lebih 2 juta property akomodasi termasuk apartemen dan hotel yang didukung oleh 15 juta ulasan dari wisatawan.

Agoda memiliki pilihan hotel dari yang kecil hingga besar dan dengan menawarkan harga yang paling kompetitif. Dengan adanya pilihan tersebut agoda berharap agar perjalanan berbisnis mereka lebih terjangkau dan mudah diakses pada pelanggan di seluruh dunia. Agoda memiliki banyak pengguna di Indonesia tetapi Agoda tidak memiliki kantor cabang di Indonesia. Meskipun begitu, Agoda memiliki pengguna terbanyak di Indonesia dan diminati di Indonesia. System pembayaran yang dimiliki oleh Agoda yaitu melalui *visa, mastercard, JCB, paypal, America Express* dan masih banyak lagi terutama transfer berbagai bank.

### 1.1.1 Bagan Proses Bisnis Agoda



**Gambar 1. 2 Proses bisnis Agoda**

Sumber : <https://selinsetiana.wordpress.com/>

Sebelum melakukan pemesanan, log in atau mendaftar terlebih dahulu dengan mengakses melalui <http://www.agoda.com> atau melalui aplikasi Agoda (aplikasi agoda dapat diunduh melalui *Apple app store, Google play dan windows store* ). Lalu memilih kamar atau pemesanan konsumen di agoda yang diinginkan. Setelah memilih pesanan sesuai dengan keinginan, kemudian mengisi *visa, mastercard, JCB, Paypal, America Express, Mandiri Clickpay online banking*. Apabila pembayaran telah selesai dilakukan maka transaksi pemesanan

dari konsumen sudah selesai dan pembayaran akan diverifikasi melalui e-mail yang sudah terdaftar.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Pada di era *digital* ini teknologi sudah semakin berkembang, seiring perkembangan zaman dan diiringi dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, maka tidak bisa dipungkiri jika pada saat ini segala kegiatannya adalah dengan menggunakan teknologi informasi. Hal tersebut dijelaskan melalui artikel [www.cnbcindonesia](http://www.cnbcindonesia) Salah satu kegiatannya adalah dengan menggunakan internet, pada zaman sekarang kehidupan modern jauh lebih mudah karena berkat kontribusi teknologi yang amat sangat besar membuat kita mudah dalam berkomunikasi mendapatkan informasi. Internet merupakan salah satu teknologi yang tingkat penggunaannya semakin meningkat setiap tahunnya, mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Dengan adanya internet segala kebutuhan dalam mencari informasi bisa dapat terpenuhi.

pada tahun 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Jumlah penggunaan internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir saat ini jumlah pengguna internet sudah meningkat sebesar 54,25%. Pada tahun 2018 tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 50% dari total penduduk. Pemerintah di harapkan bisa terus mendukung perluasan jangkauan internet ke seluruh daerah. Sebab, di era di gital ini internet bisa sangat membantu masyarakat dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, yaitu sebagai sarana promosi yang tepat untuk bisnis. (annur, 2022).



**Gambar 1. 3 Jumlah pengguna internet di indonesia (2018-2022)**

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>

Dari data di atas bisa dilihat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Pengguna internet di Indonesia menggunakan berbagai perangkat untuk bisa mengakses internet antara lain, *mobile phone*, *smartphone*, *non-smartphone mobile phone*, *laptop* atau *komputer desktop* dan lain-lainnya. Sebagai respon dari perkembangan teknologi dan internet dan pertumbuhan akses internet melalui *smartphone* dan *mobile phone*, kemudian jumlah dari data pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat dapat menimbulkan peluang bisnis perusahaan untuk dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan kegiatan bisnis berbasis *online*. Saat ini bisnis di bidang jasa layanan *online* cukup dilirik oleh para pembisnis untuk memudahkan masyarakat memesan jasa transportasi salah satunya moda transportasi Online Travel Agent (OTA). (Anggita & Trenggana, 2020)

Online travel agent menurut (Malla 2016) adalah agen perjalanan yang berperan sebagai media promise dan penjualan melalui online. Online Travel Agent adalah salah satu jenis travel agen yang seluruh kegiatan transaksinya dilakukan secara online. Jenis travel agen ini menyediakan layanan reservasi online dan sarana yang dibutuhkan oleh konsumen dalam

melakukan perjalanan. Online travel agen di sini sebagai perantara yang dipercaya dan konsultan perjalanan yang menyediakan akomodasi dan tiket perjalanan dengan melakukan promosi secara online. Setiap tahun minat masyarakat terhadap perjalanan wisata dengan menggunakan jasa travel agen semakin meningkat.



**Gambar 1. 4 data kunjungan wisata 2022**

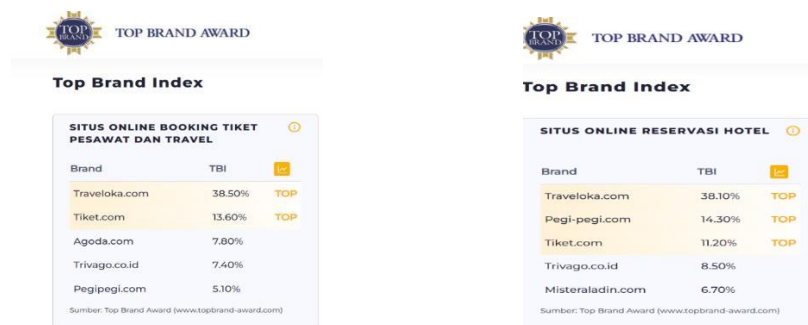
**Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/04>**

Berdasarkan data 1.4 dijelaskan bahwa terjadinya kenaikan dan penurunan terhadap minat masyarakat yang berwisata. Pada tahun 2021 bulan September minat wisata masyarakat berkurang dari biasanya dan pada November 2021 minat masyarakat terhadap wisata meningkat sedikit, karena pada tahun 2021 minat masyarakat terhadap wisata terganggu karena adanya covid-19 yang membuat masyarakat tidak bisa berpergian. Tetapi pada tahun 2022 terutama dari bulan maret sampai juli 2022 minat masyarakat terhadap wisatawan melonjak tinggi dimana pada tahun 2022 ini sudah kembalinya normal dari pandemi covid-19 (Malla,2016).

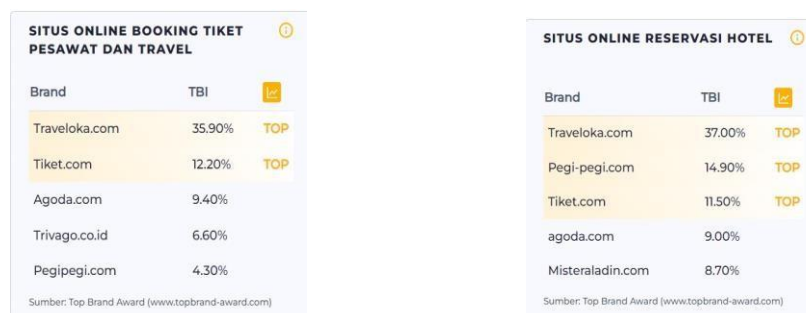
Loyalitas pelanggan sangat penting dalam perusahaan Agoda, apabila rendahnya kepercayaan dari pelanggan maka pemilik dari perusahaan akan

merasakan kesulitan untuk mengembangkan suatu bisnisnya kearah yang baik. Pemilik perusahaan harus pandai memikat hati para konsumen agar bisa mempercayai terhadap bisnis yang mereka jalani, karena jika sebuah bisnis sudah mendapatkan loyalitas dari pengguna agoda maka kedepannya konsumen akan terus selalu membeli melalui perusahaan tersebut. (Rahman et al., 2022).

Agoda merupakan salah satu e-commerce yang menawarkan produk dan layanan booking tiket pesawat dan penginapan. Selain agoda banyak dari perusahaan lain yang bergerak sama dibidangnyanya. Menurut Top Brand Award ([www.topbrandaward.com](http://www.topbrandaward.com)) agoda memiliki angka TBI yang relative lebih rendah. Namun dari tahun 2021 sampai 2022 agoda memiliki angka TBI yang meningkat setiap tahunnya. Berikut beberapa online travel agent yang masuk dalam kategori Top Brand Award



## TOP BRAND AWARD 2022



**Gambar 1. 5 Top Brand Award (2021 dan 2022)**

**Sumber : <https://www.topbrand-award.com/top-brhand>**

Berdasarkan Gambar 1.5. dijelaskan tingkat loyalitas konsumen berbeda-beda terhadap brand online travel agen. dijelaskan pada situs online booking tiket pesawat dan travel ada beberapa brand travel agent yang memasuki *top brand award*, tetapi dari 3 brand tersebut memiliki pelayanan serta kualitas yang berbeda-beda. Tingkat loyalitas yang rendah bisa dilihat dari perubahan signifikan jumlah top brand award setiap tahunnya. Pada tahun 2021 agoda tidak masuk terhadap 5 top brand, tetapi pada tahun 2022 agoda memiliki peningkatan top brand award berada pada posisi ke 3 dengan TBI 9,0%. Pemenang Top brand award di lihat dari hasil survei (TBI) yang dilakukan secara independent oleh frontier.

Agen travel Agoda menurut masyarakat sangat buruk dalam pelayanan mereka terhadap pemesanan hotel. Banyak berita yang sudah beredar bahwa pada pemesanan hotel melewati aplikasi Agoda pelanggan sering sekali mendapatkan pembatal oleh pihak Agoda secara tiba-tiba, salah satunya berita dari Sindonews.com pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa pemesanan dari pelanggan di batalkan secara tiba-tiba dan pelanggan tidak di kembalikan uang. Pelanggan juga mengatakan bahwa customer service dari agoda ini sangat buruk. Bahkan dari berita ini juga mangatakan bahwa Hampir di setiap unggahan Agoda, selalu banyak komentar-komentar ketidakpuasan dari pelanggan. Bahkan, di unggahan terbarunya, ada salah satu pelanggan yang menandai akun Instagram pihak kepolisian untuk ikut terlibat menyelesaikan permasalahan mereka, bahkan mereka yang menjadi korban dari agoda ini juga ingin membuat suatu perkumpulan atau tim untuk Bersama-sama mengugat agoda. Prioritas perusahaan tidak hanya dilihat dari dari tingkat loyalitas pengguna saja, melainkan perusahaan harus semaksimal mungkin berusaha untuk meningkatkan customer satisfaction. menurut (Rahman et al., 2022) customer satisfaction dapat dilihat dari pengalaman berbelanja sehingga berdampak kepada perusahaan yang merasa aman saat penggunaan aplikasi agoda.

Selain dari berita dari Sindonews.com, terdapat juga reviewan dari pelanggan di website Indonesiareview pada tahun 2022 salah satu pelanggan dari

agoda juga mengatakan bahwa selain pembatalan booking hotel agoda juga sering mengeser tanggal booking hotel yang sudah kita pesan, tetapi tidak ada kompensasi dari pihak agoda. karena dalam pelayanan Agoda sangat buruk agen travel agoda sampai saat ini belum masuk Top Brand Award Online reservasi hotel yang membuat masyarakat lebih memilih travel agen lainnya dalam pemesanan online reservasi hotel. Padahal jika dibandingkan Agoda salah satu Travel agen pemesanan hotel yang mempunyai banyak diskon dari pada agen travel lainnya. Berikut ada beberapa ulasan dari masyarakat terhadap pemesanan hotel melalui travel agen Agoda. Selain dari berita dan website beberapa ulasan pelanggan yang berkomentar melalui app store dan play store.

**Table 1. 1 Penilaian dan ulasan aplikasi agoda**

No.	Sumber/ Tanggal	Keluhan Pelanggan	Indikasi Masalah
1.	GooglePlaystore/24-11-2022	Konsumen mendapatkan penawaran diskon dan memesan hotel menggunakan aplikasi Agoda tetapi ketika sampai di hotel yang sudah di booking hotel yang sudah diboeking ternyata tidak masuk ke pihak hotel tersebut. Konsumen tersebut meminta tanggung jawab dari agoda dan sampai sekarang agoda tetap tidak merespon.	Keluhan di samping mengidentifikasi adanya permasalahan yang diterima oleh pelanggan berupa promo hotel yang tidak di setuju dan pemesanan tidak masuk kepihak hotel. Permasalahan ini merupakan bagian dari e-service quality
2.	GooglePlaystore/6-12-2022	Adanya konsumen yang merasa tertipu karena sudah membayar	Keluhan disamping merupakan keluhan dari pelanggan yang



		<p>pemesanan kemudian pemesanan itu dibatalkan oleh pihak agoda, lalu dana yang sudah ditransfer sampai sekarang belum dikembalikan dan pihak agoda juga mengatakan bahwa konsumen tidak ada transaksi terhadap agoda.</p>	<p>sudah memesan hotel tetapi dari pihak agoda tiba-tiba membatalkan dan tidak mengembalikan uang yang sudah ditransfer. permasalahan ini merupakan bagian dari e-service quality serta rendahnya keputusan konsumen.</p>
3.	GooglePlaystore/23-10-2022	<p>Konsumen yang sudah membooking dan membayar lunas tetapi pada saat ingin checkin tetapi hotel mengatakan bahwa dari aplikasi agodanya tidak bisa checkin dan harus membayar tambahan uang karena harga aplikasi agoda tidak sesuai dengan yang seharusnya</p>	<p>Keluhan disampaikan bahwa disaat checkin pegawai hotel mengatakan bahwa tidak bisa checkin melalui aplikasi ini dan pelanggan diminta untuk menambah biaya karena harga dari aplikasi tidak sesuai dengan harga yang di hotel. Permasalahan ini merupakan bagian dari e-service quality serta rendahnya keputusan konsumen.</p>
4.	GooglePlaystore/12-10-2022	<p>Konsumen yang ingin merefund pemesanan tiket tetapi prosesnya</p>	<p>Keluhan disamping merupakan keluhan pelanggan yang</p>

		<p>sangat lama dan sampai detik ini tidak ada kejelasan, dan dengan alasan bahwa adanya gangguan proses pembayaran. Ketika ingin refund tidak di kembalikan uang tapi hanya disuru melampirkan data.</p>	<p>meminta refund tetapi sudah lama dari pihak agoda tidak ada kejelasan. Permasalahan ini merupakan bagian dari e-service quality serta rendahnya keputusan konsumen.</p>
5.	GooglePlaystore/25-11-2022	<p>Pemesanan hotel yang sudah dipesan tiba-tiba dibatalkan dan prosesnya lama, dari pihak agoda tidak ada penangung jawaban sedikitpun dan hanya mengatakan bahwa system dari aplikasinya eror sehingga adanya pembatalan dari proses pemesanan.</p>	<p>Keluhan dari pelanggan ini aplikasi agoda juga sering membatalkan pesanan dari pelanggan dan dari customer service juga tidak jelas dan mengatakan bahwa sistem eror. Permasalahan ini merupakan bagian dari e-service quality serta rendahnya keputusan konsumen.</p>
6.	GooglePlaystore/18-8-2023	<p>Pelanggan yang sudah membooking jauh hari tetapi sampainya dihotel, pihak hotel mengatakan bahwa pemesanan tidak masuk kesistem tetapi di aplikasi disaat mau</p>	<p>Keluhan dari pelanggan ini aplikasi agoda tidak bisa dihubungi, konsumen sudah memesan hotel tetapi pemesanan tidak masuk kepihak hotel dan tidak</p>

		direfund atau di cancel tidak bisa dan pihak agoda tidak dapat di hubungi	bisa di refund melalui aplikasi. Permasalahan ini merupakan bagian dari e-service quality serta rendahnya keputusan konsumen.
7.	GooglePlaystore/31-07-2023	Konsumen ingin memesan hotel dan mndapatkan promo dengan harga rendah, tetapi ketidak sudah masuk ketahap pembayaran harga berubah draktis dan jauh lebih mahal dibandingkan dari aplikasi lainnya.	Keluhan disamping adanya perubahan harga dari yang awalnya rendah berubah sangat tinggi. Permasalahan ini merupakan bagian dari e-service quality serta rendahnya keputusan konsumen.
8.	GooglePlaystore/7-08-2023	Konsumen yang sudah memesan hotel tetapi disaat ingin checkin pihak hotel mengatakan bahwa tidak adanya pemesanan yang masuk dan bahkan hotel itu sudah fullbooked. Konsumen menghubungi pihak agoda dan meminta pengembalian dana tetapi pihak agoda terus mengatakan bahwa	Keluhan pelanggan yang mengatakan bahwa agoda tidak ada pertanggung jawaban dan tidak mengembalikan dana padahal hotel yang dipesan melalui agoda tidak masuk kesistem hotel. Permasalahan ini merupakan bagian e-service quality yang rendah.

		nomor rekening atau bank tidak bisa ditransfer padahal nomor rekening yang dikasih sudah benar.	
9.	GooglePlaystore/12-08-2023	Konsumen memesan hotel melalui agoda, tetapi disaat sampai hotel pihak hotel mengatakan bahwa tidak adanya pemesanan melalui agoda dan hotel sudah lama tidak bekerja sama dengan pihak agoda. Konsumen menghubungi agoda untuk mempertanyakan kemana dana yang sudah ditransfer dan meminta dana dikembalikan.	Adanya keluhan dari konsumen yang mengatakan bahwa adanya pemesanan hotel melalui agoda tetapi pihak hotel tersebut tidak menemukan pesanan tersebut dan pihak hotel sudah lama tidak berkerjasama dengan agoda. Permasalahan ini merupakan bagian dari e-service quality serta rendahnya keputusan konsumen.
10	GooglePlaystore/28-07-2023	Ketika sudah memesan hotel dan ketika sudah melakukan pembayaran tiba-tiba aplikasi dari agoda eror dan tidak bisa dibuka, kode booking dari pemesanan hotel tersebut tidak bisa digunakan dan tidak ada	Adanya keluhan pelanggan yang sudah memesan melalui agoda tetapi ketika kode hotel ingin digunakan ternyata kode booking tersebut tidak bisa digunakan.

		pengiriman ID Booking melalui email.	
--	--	--------------------------------------	--

Sumber:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.agoda.mobile.consumer>

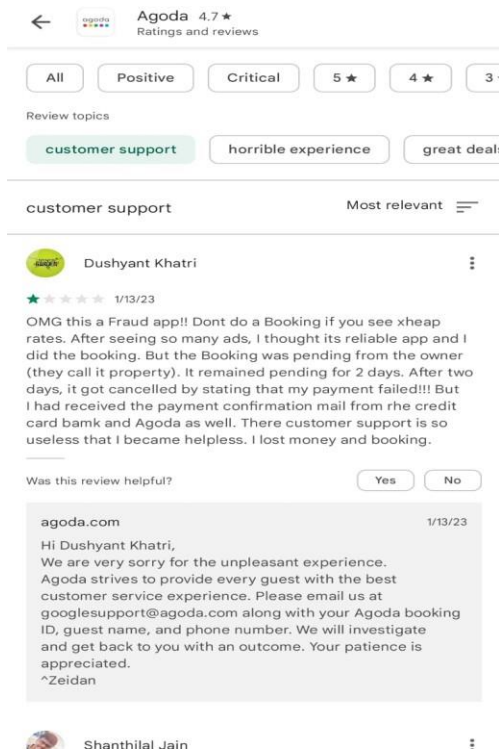
Berdasarkan table 1.1 pada penilaian dan ulasan customer yang ditulis pada aplikasi agoda melalui play store, banyaknya customer mengeluh sama seperti berita dan review dari website lain yang mengatakan customer service dari agoda sangat buruk, tetapi dari pihak agoda hanya mengkonfirmasi bahwa untuk pelanggan yang dirugikan di minta untuk menghubungi melalui email yang sudah tertera. Keluhan pelanggan ini membuat pelanggan memilih untuk tidak menggunakan aplikasi Agoda dan memilih aplikasi agen travel lainnya.

Menurut (Widia & Imanuddin, 2020) menjelaskan bahwa konsumen dinyatakan puas karena menimbulkan perasaan seseorang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan konsumen sangat puas atau senang.

Menurut (Anggita & Trenggana, 2020) menyatakan bahwa konsumen merasa puas dengan sebuah pelayanan online maka akan melakukan niat beli ulang dan memiliki kecenderungan menjadi loyal dan memberi pengaruh besar bagi kesuksesan perusahaan di masa yang akan datang. Terlebih saat ini lebih menguntungkan mempertahankan konsumen daripada mencari konsumen baru. Sehingga dalam hal tersebut perlu di perhatikan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi dalam membangun niat beli konsumen dan kepuasan konsumen.

Penilaian buruk yang diberikan oleh pelanggan terhadap Agoda sangat lah banyak tetapi agoda juga mempunyai customer support oleh beberapa pelanggan yang juga melihat sisi positif dari Agoda. Customer support adalah rangkaian

Sebuah aktivitas pelayanan dalam sebuah bisnis. Customer support membantu pelanggan untuk mendapatkan layanan yang berhubungan dengan bisnis dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Misalnya aduan komplek secara positif atau negative. Customer support adalah bagian yang terpenting dalam bisnis dengan adanya customer support pelanggan merasa lebih dekat dengan perusahaan dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan meningkat.



**Gambar 1. 6 Customer support Agoda**

*Sumber : <https://play.google.com/store/apps>*

Berdasarkan Gambar 1.6 salah satu pelanggan dari agoda yaitu Dushyant khatri mengatakan bahwa aplikasi dari agoda ini sangat menipu dan memberitahu kepada orang untuk tidak melakukan pembelian di aplikasi agoda tersebut. Tetapi ulasa yang negative ini tentu nya di respon dengan baik oleh pihak agoda agar pihak agoda bisa mempercayai pelanggan lainnya atas kesalah pahaman tersebut. Pihak agoda mengatakan bahwa agoda sangat menyesal atas pengalaman yang di dapatkan oleh konsumen Dushyant Khatri yang tidak menyenangkan itu. Dan

pihak agoda hanya mengatakan akan berusaha memberikan pengalaman yang terbaik kepada setiap tamu.

Berdasarkan dari permasalahan yang di alami oleh aplikasi Agoda dari beberapa keluhan pelanggan yang merasa kurang puas terhadap aplikasi dari Agoda dan tidak ingin melakukan pembelian ulang karena takut akan terjadi berulang Kembali. Hal ini terjadi karena *e-service quality* dan *customer satisfaction* nya yang kurang baik. Untuk itu dapat dilihat *e-servie quality* adalah hal perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena salah satu penunjang kesuksesan suatu perusahaan adalah bagaimana cara menerapkan kualitas pelayanan yang optimal kepada konsumen. Selain itu dengan cara melakukan startegis *customer engagement*. Agar pelanggan memiliki keterlibatan dan pendekatan kepada perusahaan.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti melakukan penelitian yang berjudul *e-service Quality* dan *customer satisfaction* dan berdampak pada *customer loyalty* pada pengguna aplikasi Agoda.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Permasalahan yang terjadi pada aplikasi agoda terdapat bahwa pada aplikasi agoda ini ditemukan adanya ketidakpuasan pada pelanggan. Banyak tanggapan dan keluhan dari pengguna aplikasi agoda tersebut yang dipaparkan pada google playstore, app store dan beberapa berita yang sudah beredar. Pengguna masih mengeluh karena kinerja pada aplikasi dari agoda sering terjadi *error* ketika aplikasi digunakan dan juga tidak sedikit dari pelanggan yang tidak ingin lagi menggunakan aplikasi Agoda dalam melakukan pemesanan melalui agen travel. Hal ini terjadi karena *e-service quality* dan *customer satisfaction* nya yang kurang baik dan berpengaruh terhadap *customer loyalty*. *E-service quality* digambarkan sebagai salah satu atribut yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* saat menggunakan layanan dari web atau aplikasi (Al-dweeri *et al.*, 2017). Penelitian ini akan mengevaluasi *e-service quality* dan *customer satisfaction* dan berdampak pada *customer loyalty* yang melibatkan objek di salah

satu agent travel yaitu Aplikasi Agoda. Perbedaan dengan penelitian Al-dweeri *et al.* (2017) yaitu perbedaan lokasi penelitian, pada penelitian sebelumnya dilakukan di Malaysia dan diteliti di ruang lingkup satu universitas di Malaysia. Berdasarkan rumus masalah yang dipaparkan penelitian ini memuat pernyataan yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah e-service quality berpengaruh positif terhadap customer loyalty pada pengguna aplikasi agoda ?
2. apakah customer satisfaction berpengaruh positif terhadap customer loyalty pada pengguna aplikasi agoda?
3. apakah e-service quality dan customer satisfaction berpengaruh positif terhadap customer loyalty pada pengguna aplikasi agoda?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pernyataan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan e-service quality terhadap customer loyalty pada pengguna aplikasi agoda
2. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan customer satisfaction terhadap customer loyalty pada pengguna aplikasi agoda
3. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan e-service quality dan customer satisfaction terhadap customer loyalty pada pengguna aplikasi agoda

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mengenai pengaruh dimensi e-service quality dan customer satisfaction serta dampaknya terhadap customer loyalty pada aplikasi Agoda yang akan memberikan manfaat dari berbagai sudut pandang baik secara teoritis maupun praktis



### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Pada aspek teoritis, diharapkan pada penelitian ini memberikan tambahan informasi tentang e-service quality, customer satisfaction dan dampaknya pada customer loyalty serta menambah wawasan maupun pengetahuan mengenai bidang penelitian ini.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan dan nilai tambah bagi perusahaan Agoda yang merupakan objek pada penelitian dan juga informasi kepada perusahaan sejenisnya yang bergerak pada industry agent travel yang lainnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan tugas akhir penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan secara umum dengan ringks dan padat yang menggambarkan dari isi penelitian. isi pada bab ini meliputi , gambaran objek, latar belakang,perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan teori-teori menyangkut penelitian yang akan di kerjakan, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan adanya menegaskan pendekatan, metode dan Teknik pengumpul data Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai denganperumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.