

ABSTRAK

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP KUALITAS LAYANAN APLIKASI AGODA MENGGUNAKAN METODE PIECES FRAMEWORK (STUDI KASUS : PROVINSI JAWA TENGAH)

Oleh

Ardha Mevia Audri

Online Travel Agent atau biasa disingkat dengan OTA adalah salah satu bentuk inovasi bisnis digital dalam sektor industri pariwisata. Agoda merupakan sebuah perusahaan *Online Travel Agent* yang menyediakan layanan reservasi hotel, transportasi (pesawat dan mobil) secara *online*. Namun, aplikasi Agoda masih kalah saing dengan brand kompetitornya. Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna suatu aplikasi adalah kualitas layanan yang diberikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna (konsumer) aplikasi Agoda dan mengetahui tingkat kepuasan pengguna (konsumer) dari segi kualitas layanan aplikasi Agoda menggunakan keenam variabel pada metode *PIECES Framework* yaitu *Performance, Information, Economic, Control and Security, Efficiency, dan Service*. Sampel dalam penelitian ini yaitu 228 responden yang merupakan masyarakat di Provinsi Jawa Tengah yang pernah menggunakan aplikasi Agoda. Hasil dari penelitian ini adalah secara keseluruhan pengguna merasa puas dengan kualitas layanan dari aplikasi Agoda. Namun, terdapat variabel yang memperoleh nilai yang paling rendah yaitu variabel *Performance* dengan nilai 3.74 dan *Service* dengan nilai 3.78. Selain itu, instrumen pernyataan yang memperoleh nilai rendah adalah PE3 dengan nilai rata-rata kepuasan 2.79 dan SE4 dengan nilai rata-rata kepuasan 3.20. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Agoda, adalah performa aplikasi, kualitas informasi yang disajikan, kemudahan pada saat penggunaan, keamanan data, biaya yang dikeluarkan, dan kualitas layanan yang diberikan. Adapun saran yang dapat ditindak lanjuti bagi aplikasi Agoda adalah memaksimalkan aspek yang memperoleh nilai rendah yaitu pada variabel *Performance* dan *Service*, Khususnya pada instrumen PE3 dan SE4.

Kata kunci : *Agoda, Kepuasan Pengguna, Kualitas Layanan, PIECES Framework, Online Travel Agent.*