



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*
DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PT. MALIKA WISATA UTAMA TANGERANG**

SKRIPSI

Nurul Hidayati

1502025198

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2019**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT. MALIKA WISATA UTAMA TANGERANG**

SKRIPSI

Nurul Hidayati

1502025198

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. MALIKA WISATA UTAMA TANGERANG” merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 25 September 2019

Yang Menyatakan



(Nurul Hidayati)

NIM 1502025198

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. MALIKA WISATA UTAMA TANGERANG**



NAMA : **NURUL HIDAYATI**

NIM : **1502025198**

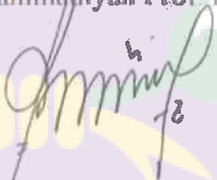
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2019-2020**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. H. Bambang Dwi Hartono, M.Si	
Pembimbing II	Edi Setiawan, SE.,MM	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. MALIKA WISATA UTAMA TANGERANG

Yang disusun oleh :

Nurul Hidayati
1502025198

telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 06 Desember 2019

Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :



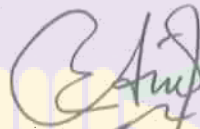
(Yusdi Daulay, S.E., M.M.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr. H. Andi Sessu, M.Si.)

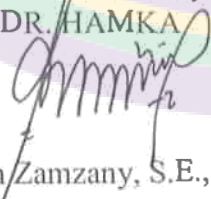
Anggota :



(Edi Setiawan, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



(Faizal Ridwan/Zamzany, S.E., M.M.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



(Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

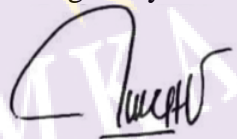
Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Hidayati
NIM : 1502025198
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-Exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. MALIKA WISATA UTAMA TANGERNAG”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 25 September 2019
Yang menyatakan,



(Nurul Hidayati)
NIM 1502025198

ABSTRAK

Nurul Hidayati (1502025198)

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. MALIKA WISATA UTAMA TANGERANG.

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Kata Kunci : Kualitas *Website*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT. Malika wisata utama Tangerang.

Variabel yang diteliti adalah kualitas *website*, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Metode pengambilan data yang digunakan adalah metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Malika wisata utama Tangerang yang berjumlah 145 orang pada bulan Juni 2019. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan signifikan alpha 0,05.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada konsumen PT. Malika wisata utama Tangerang dan diukur menggunakan skala likert. Variabel yang diteliti adalah kualitas *website* dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Sampel yang diambil sebanyak 106 responden dengan teknik pengambilan non probability sampling. Teknik pengolahan dengan menggunakan bantuan software SPSS (Statistical

Product and Service Solutions) versi 20 dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Model regresi linier berganda yang diperoleh yaitu $\hat{Y} = 19,885 + 0,325 X_1 + 0,258 X_2 + e$, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi autokorelasi dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil analisis koefisien korelasi berganda antara variabel kualitas *website* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,496, yang berarti terdapat hubungan sedang. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas *website* terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,761 > 1,98326)$. Sedangkan variabel kualitas pelayanan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(3,0391 > 1,98326)$. Secara simultan kualitas *website*, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $16,788 > 3,09$.

ABSTRAK

Nurul Hidayati (1502025198)

THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION.

This Thesis of Bachelor Degree Program. Mangement Major. Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Keywords : website quality, service quality, and consumer satisfaction.

This study aims to determine and analyze the factors that influence consumer satisfaction on PT. Malika wisata utama Tangerang.

The variables studied were website quality, service quality, and customer satisfaction. The data collection method used is a survey method. The population in this study are consumers of PT. Malika wisata utama Tangerang, amounting to 145 people in July 2019. This study uses multiple linear regression analysis with a significance alpha of 0.05.

This study uses a survey method with data collection techniques in the form of questionnaires conducted to consumers PT. Malika wisata utama Tangerang and is measured using a Likert scale. The variables studied were website quality and service quality as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable. Samples taken as many as 106 respondents with non-probability sampling techniques. Processing techniques using SPSS software (Statistical

Product and Service Solutions) version 20 and data analysis used in this study are the validity test, reliability test, descriptive statistical analysis, multiple linear regression analysis, classic assumption test, correlation coefficient analysis, coefficient analysis hypothesis determination and test. The multiple linear regression model obtained is $\hat{Y} = 19.885 + 0.325 X_1 + 0.258 X_2 + e$, the results of the classic assumption test show that residuals are normally distributed, multicollinearity does not occur, autocorrelation does not occur, and heteroscedasticity does not occur. The results of the analysis of the multiple correlation coefficient between the variable website quality and service quality on customer satisfaction is 0.496, which means there is a moderate relationship. The results of the research partially showed that there was a positive and significant influence between website quality on customer satisfaction with a significance value of $0,000 < 0.05$ and $t_{count} > t_{table}$ or $(4.761 > 1.98326)$. While service quality variables have a positive and significant effect on consumer satisfaction with a significance value of $0.003 < 0.05$ and $t_{count} > t_{table}$ or $(3.0391 > 1.98326)$. Simultaneously website quality, and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0,000 < 0.05$ and value $f_{count} > f_{tabel}$ or $16.788 > 3.09$.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWarahmatullahiWabarakatuh.

Alhamdulillah robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia serta hidayah-Nya, serta tidak lupa penulis haturkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan kebenaran. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan do'a, kasih sayang, motivasi dan dukungan baik secara moril maupun materiril kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas *Website* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang". Selama proses penyusunan laporan magang ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryo putro, M.Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
3. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR.HAMKA (UHAMKA).
4. Bapak Zulpahmi, S.E., M.Si selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
5. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M selaku wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).

6. Bapak Tohirin, SH.I. M.Pd.I selaku Wakil dekan III &IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
7. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).
8. Bapak Dr. H. Bambang Dwi Hartono, MSi selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terimakasih semoga Allah SWT. membalas segala kebaikan dalam membimbing penulis.
9. Edi Setiawan, SE.,MM .selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terimakasih semoga Allah SWT. membalas segala kebaikan dalam membimbing penulis.
10. Ayahanda H. Mufakhir (Alm) yang telah menanamkan jejak-jejak kehidupan, meskipun tak sempat melihat dan mendampingi saya beranjak dewasa, namun doa selalu terpanjat agar diberikan keluasan di alam barzah dan dijauhkan dari azab kubur. dan ucapan terima kasih pada ibunda hj. Rumnasih yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua.
11. Kepada Kaka saya Irfan Sanusi terima kasih banyak penulis ucapkan untuk semua waktunya yang tidak pernah bosan dan menyerah untuk memberikan dukungan, semangat, kepada penulis. Ketika penulis merasa jenuh dan putus asa tetapi beliau selalu menyemangati penulis.

12. Ke 6 saudara kandungku tersayang, mb Yasa, mb Uyun, mb Nung, mas Dayat, dan adik ku yang paling kecil Alma Jidiyu, ucapan terimakasih kepada keluarga yang selalu memberikan motifasi, canda, tawa serta dukungan semangat yang tiada hentinya kepada peneliti.

13. Untuk teman-teman seperbimbingan Nur Komala Dewi dan Purwati Kartika Sari yang telah banyak membantu dalam sharing tentang pembuatan skripsi dan saling menyemangati.

14. Untuk teman-teman seperjuangan Dwi Nur Fitriyana, Mita Octaviani, Mutya Nur Jannah, Nada Nur Khalishah, Neneng Siti H, Nisfi Khoirotun, Novia Nur Laila, Rafita Febi Kurniawati dan Puspa Nirmala. Kami tetap terus saling menyemangati dan membantu satu sama lain ya.

15. Semua teman-teman mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan serta motivasi dalam penyusunan laporan magang ini.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan atas kebaikan mereka yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 26 April 2019
Penulis



Nurul Hidayati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISIONALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAKSI/INTISARI	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	7
1.2.1 <i>Identifikasi Masalah</i>	7
1.2.2 <i>Pembatasan Masalah</i>	8
1.2.3 <i>Perumusan Masalah</i>	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Telaah Pustaka.....	21
2.2.1 <i>PengertianManajemen</i>	21
2.2.2 <i>PengertianPemasaran</i>	21
2.2.3 <i>PengertianManajemen Pemasaran</i>	22
2.2.4 <i>Bauran Pemasaran</i>	24
2.2.5 <i>E-Marketing</i>	25
2.2.5.1 <i>Pengaruh E- Marketing</i>	25
2.2.6 <i>Website</i>	26
2.2.6.1 <i>Karakteristik Website</i>	27
2.2.6.2 <i>Dimensi-dimensi pada Website</i>	30
2.2.6.3 <i>Indikator pada Website</i>	30
2.2.7 <i>Jasa</i>	32
2.2.7.1 <i>Karakteristik Jasa</i>	32
2.2.7.2 <i>Klasifikasi Jasa</i>	34
2.2.8 <i>Kualitas Pelayanan</i>	35
2.2.8.1 <i>Pengertian Kualitas Pelayanan</i>	35
2.2.8.2 <i>Indikator Kualitas Pelayanan</i>	35
2.2.8.3 <i>Dimensi Kualitas Pelayanan</i>	37
2.2.8.4 <i>Model Kualitas Pelayanan</i>	38
2.2.9 <i>Kepuasan Konsumen</i>	39
2.2.9.1 <i>Pengertian Kepuasan Konsumen</i>	39
2.2.9.2 <i>Faktor Kepuasan Konsumen</i>	39
2.2.9.3 <i>Model Kepuasan Konsumen</i>	40
2.2.9.4 <i>Pengukuran Kepuasan Konsumen</i>	42
2.2.9.5 <i>Dimensi Kepuasan konsumen</i>	43
2.2.9.6 <i>Indikator Kepuasan konsumen</i>	44
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	45
2.3.1 <i>Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Konsumen</i>	46
2.3.2 <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen</i>	46
2.3 Rumusan Hipotesis	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	49
3.2 Operasionalisasi Variabel	50
3.3 Populasi dan Sampel	54
3.3.1 <i>Populasi</i>	54
3.3.2 <i>Sampel</i>	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1 <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	56
3.4.2 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	56
3.5 Teknik Pengelolaan dan Analisis Data	58
3.5.1 <i>Teknik Pengolahan</i>	58
3.5.1.1 <i>Uji Validitas Data</i>	58
3.5.1.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	59
3.5.2 <i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	60
3.5.3 <i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	60
3.5.3.1 <i>Model Analisis Regresi Linier berganda</i>	60
3.5.3.2 <i>Analisis Koefisien Korelasi Berganda</i>	62
3.5.3.3 <i>Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²)</i>	63
3.5.4 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	65
3.5.4.1 <i>Uji Normalitas</i>	65
3.5.4.2 <i>Uji Multikolinieritas</i>	66
3.5.4.3 <i>Uji Heteroskedastisitas</i>	66
3.5.5 <i>Uji Hipotesis</i>	67
3.5.5.1 <i>Uji signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)</i>	67
3.5.5.2 <i>Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)</i>	68

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	70
4.1.1 <i>Lokasi Penelitian</i>	70
4.1.2 <i>Sejarah Singkat Perusahaan</i>	70
4.1.3 <i>Visi dan Misi Perusahaan</i>	73
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	73
4.2.1 <i>Karakteristik Responden</i>	73

4.2.2 Analisis per Variabel.....	75
4.2.2.1 Kualitas Website (X_1).....	75
4.2.2.2 Kualitas Pelayanan (X_2).....	85
4.2.2.3 Kepuasan Pelanggan (Y).....	93
4.2.3 Uji Kualitas Data.....	99
4.2.3.1 Uji Validitas.....	99
4.2.4 Uji Reliabilitas.....	101
4.2.5 Analisis Statistik Deskriptif.....	102
4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	103
4.2.6.1 Model Regresi Linier Berganda.....	103
4.2.6.2 Koefisien korelasi.....	104
4.2.7 Uji Asumsi Klasik.....	108
4.2.7.1 Uji Normalitas.....	108
4.2.7.2 Uji Multikolinieritas.....	110
4.2.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	110
4.2.7.4 Uji Autokorelasi.....	111
4.2.8 Uji Hipotesis.....	112
4.2.8.1 Uji t Hitung.....	112
4.2.8.2 Uji F Hitung.....	114
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian.....	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	121

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Gambaran Penelitian Terdahulu	16
2.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	51
3.	Skor Nilai Skala Likert.....	57
4.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	62
5.	Jenis Kelamin Responden	73
6.	Usia Responden.....	74
7.	Pendidikan Terakhir Responden.....	75
8.	Kualitas konten di <i>webiste</i> PT. Malika sesuai dengan kebutuhan	75
9.	Informasi akurat yang disampaikan di <i>webiste</i> PT. Malika wisata utama disajikan secara lengkap	76
10.	Informasi yang ada di <i>webiste</i> PT. Malika wisata utama mudah di mengerti	77
11.	Kecepatan Konsumen tentang semua informasi yang ditampilkan di website PT. Malika Wisata Utama.....	77
12.	Jaminan Keamanan dan Privasi Konsumen dapat dipertanggung jawabkan oleh PT. Malika Wisata Utma.....	78
13.	Saya Percaya PT. Malika Wisata Utama tidak akan menyalah gunakan informasi pribadi.....	78
14.	Kemudahan pengoprasian di <i>website</i> PT. Malika wisata utama.....	79
15.	Kecepatan dan responsif oleh admin <i>website</i> PT. Malika wisata utama.....	79
16.	Menu di dalam <i>website</i> PT. Malika wisata utama mudah untuk di mengerti	80
17.	<i>Website</i> PT. Malika wisata utama menampilkan desain visual yang nyaman untuk dilihat	81
18.	Desain kreatif <i>website</i> PT. Malika wisata utama dapat membuat daya tarik emosional	81
19.	<i>Website</i> PT. Malika wisata utama sangat membantu dalam hal informasi dan pendaftaran tanpa harus datang ke kantor	82

20. Website PT. Malika wisata utama menyediakan kolom <i>testimony</i> pelanggan yang memudahkan saya dalam menilai sebuah produk	82
21. PT. Malika wisata utama menyediakan panduan transaksi dan penggunaan <i>website</i>	83
22. PT. Malika wisata utama menyediakan pelayanan pelanggan yang bisa membantu saya dalam pengguna <i>website</i> dan transaksi.....	84
23. Indikator Kualitas Website (X ₁)	84
24. Karyawan cepat dalam melayani konsumen.....	85
25. Karyawan mampu memberikan informasi dengan jelas dan tepat.....	86
26. Karyawan mampu menangani masalah dengan cepat	87
27. Perusahaan tanggap dalam setiap keluhan, saran dan kritik	87
28. Perusahaan memberikan fasilitas dan akomodasi yang baik	88
29. Perusahaan memberikan pelayanan yang prima bagi semua konsumen	88
30. Memberi pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	89
31. Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan..	89
32. Karyawan berpenampilan sopan dan profesional.....	90
33. Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman	90
34. Indikator Kualitas Pelayanan (X ₂)	91
35. Harga yang sesuai dengan fasilitas dan akomodasi yang nantinya akan didapatkan.....	92
36. Perbedaan harga yang lebih murah dengan perusahaan lain.....	92
37. Produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen	93
38. Fasilitas yang diberikan sangat memuaskan.....	93
39. PT. Malika wisata utama dapat memberikan jaminan kualitas pelayanan	94
40. PT. Malika wisata utama dapat memberikan jaminan kenyamanan konsumen .	94
41. PT. Malika wisata utama memiliki petugas yang profesional dibidangnya sehingga setiap keluhan cepat dalam merespon	95
42. Kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.....	95
43. Kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk yang ditawarkan di PT. Malika wisata utama.....	96
44. Kemampuan karyawan dalam meyakinkan konsumen	96
45. Sistem pembayaran yang mudah dan cepat	97

46. Kemudahan konsumen dalam pendaftaran di PT. Malika wisata utama.....	98
47. Indikator Kepuasan Konsumen (Y)	98
48. Hasil Validitas Variabel X_1	99
49. Hasil Validitas Variabel X_2	100
50. Hasil Validitas Variabel Y	100
51. Uji Reliabilitas X_1 (Kualitas <i>Website</i>).....	101
52. Uji Reliabilitas X_2 (Kualitas Pelayanan).....	101
53. Uji Reliabilitas Y (Kepuasan konsumen).....	101
54. Analisis Statistik Deskriptif.....	102
55. Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda.....	103
56. Uji Koefisien Korelasi Parsial Antara Kualitas <i>Website</i> dan Kepuasan Konsumen.....	105
57. Koefisien Korelasi Parsial Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.....	106
58. Koefisien Korelasi Berganda Kualitas <i>Website</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	107
59. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	107
60. Hasil Uji Normalitas.....	109
61. Hasil Uji Multikolinieritas.....	110
62. Hasil Uji Autokorelasi	112
63. Hasil Uji t.....	113
64. Hasil Uji F.....	114

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Jumlah Jamaah Tahun 2013-2017 PT. Malika Wisata Utama Tangerang ...	3
2.	Tingkat Pengunjung <i>Website</i> Pada Tahun 2013-2017 PT. Malika Wisata Utama Tangerang	5
3.	Kerangka Teoritis	47
4.	Normal <i>P-P Plot of Regression Standarized Residual</i>	110
5.	Grafik <i>Scatterplot</i>	111

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	1/37
2.	Karakteristik Responden	7/37
3.	Jenis Kelamin Responden	10/37
4.	Usia Responden.....	10/37
5.	Pendidikan Responden	10/37
6.	Hasil Kuesioner Kualitas <i>Website</i>	11/37
7.	Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan	14/37
8.	Hasil Kuesioner Kepuasan Konsumen.....	17/37
9.	Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Kualitas <i>Website</i> (X_1).....	20/37
10.	Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)	21/37
11.	Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	22/37
12.	Hasil Uji Analisis Deskriptif	23/37
13.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	23/37
14.	Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi	24/37
15.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	25/37
16.	Hasil Uji Asumsi Klasik	25/37
17.	Hasil Uji Parsial (Uji T) Dan Simultan (Uji F)	28/37
18.	Tabel R	29/37
19.	Tabel T	30/37
20.	Tabel F	31/37
21.	Tabel Durbin Watson (DW).....	32/37
22.	Surat Tugas	33/37
23.	CatatanKonsultasiPembimbing I.....	34/37
24.	CatatanKonsultasiPembimbing II	35/37
25.	Formulir Persetujuan Judul	36/37
26.	Daftar Riwayat Hidup	37/38

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Pertumbuhan penyedia jasa travel haji dan umroh yang cukup pesat memberikan semakin banyak pilihan bagi pengguna jasa travel haji dan umroh. Konsumen pengguna jasa travel haji dan umroh dapat digolongkan dalam konsumen yang cukup rasional. Mereka akan mempertimbangkan keputusan memakai salah satu penyedia jasa travel haji dan umroh, melalui proses yang biasanya diawali dari kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi, dan pengambilan keputusan. Pertumbuhan penyedia jasa travel haji dan umroh yang semakin pesat, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi antar penyedia jasa travel haji dan umroh. Penyedia jasa travel haji dan umroh dengan demikian harus membuat strategi pemasaran yang menarik dan menjaga loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi suatu hal yang penting dalam mempertahankan pelanggan. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan

oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Kotler, 1997). Dalam Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang sesuai keinginan konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut.

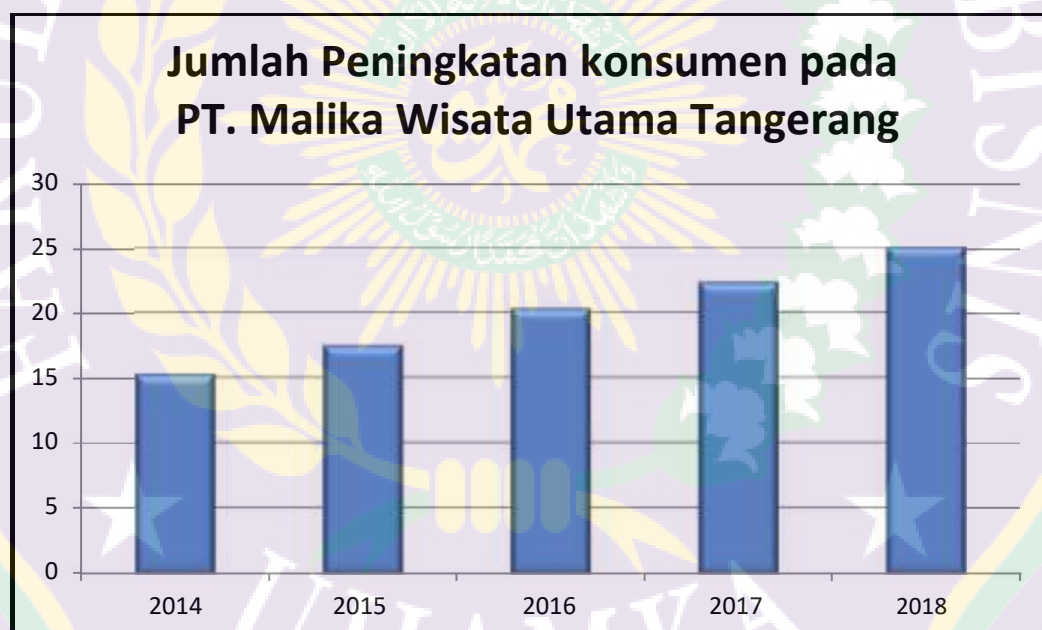
Pada dasarnya untuk bisa menciptakan kepuasan bagi para konsumen, perusahaan harus bisa menciptakan hubungan antara konsumen dengan perusahaan agar bisa semakin harmonis, dengan cara memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*)

Indonesia mempunyai jumlah penduduk muslim terbesar sedunia sehingga penyelenggaraan ibadah haji telah lama menjadi bagian dari tugas negara berdasarkan undang-undang RI Nomor 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan Peraturan Pemerintah Nomor 79 tahun 2012 tentang penyelenggaraan ibadah haji. Penetapan kuota haji tahun ini tertuang dalam Keputusan Menteri Agama RI Nomor 64 tahun 2014 menetapkan kuota haji reguler 155.200 dan haji khusus 13.600, (Ampel, 2014).

Berdasarkan data dari kementerian agama "jumlah daftar tunggu haji mulai dari 2010 sampai 2019 mencapai dari 0,02 juta sampai dengan 2,96 juta dengan estimasi sampai 2020 mencapai 4,36 juta. (Saudi Gazette:2018). data diatas dari tahun ke tahun jamaah haji di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan, hal ini merupakan bukti nyata bahwasanya penduduk Indonesia yang

mayoritas beragama islam tidak fokus mementingkan pada urusan duniawi, akan tetapi juga sudah memikirkan urusan ukhrawi. banyaknya perusahaan travel haji dan umroh yang terdaftar di Kementrian Agama RI salah satu yaitu PT Malika Wisata Utama Tangerang, perusahaan yang bergerak di bidang jasa travel haji dan umroh.

Seperti yang selalu diharapkan oleh PT. Malika wisata utama Tangerang, mereka juga ingin menjadikan perusahaan mereka sebagai perusahaan yang bisa memberikan kepuasan kepada para konsumen yang telah menggunakan jasa di perusahaan PT. Malika wisata utama Tangerang. Berikut ini adalah tabel jumlah jamaah PT. Malika wisata utama Tangerang tahun 2013-2017.



Sumber : PT. Malika Wisata Utama Tangerang

Gambar 1

**Jumlah jamaah tahun 2013 - 2017
PT. Malika Wisata Utama Tangerang**

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah di PT. Malika wisata utama mengalami peningkatan mulai dari 2014-2018.

Seiring dengan bertumbuhnya internet di Indonesia, maka semakin tinggi pula tingkat ketergantungan manusia pada internet dalam menjalankan aktifitas mereka sehari-hari. Internet dianggap sebagai sarana yang mampu menunjang manusia untuk memenuhi hampir seluruh kebutuhan mereka dengan cepat, praktis dan hemat tenaga. Banyak aspek yang terpengaruh dan berubah sejak ditemukannya internet, baik itu aspek sosial maupun ekonomi (Nabilah 2018).

Pada dasarnya, kepuasan atau ketidakpuasan pengguna merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengukur seberapa jauh tingkat kepuasan pengguna didasarkan pada indikator kualitas *website* pada PT. Malika (Supranto 1997). Berikut tampilan grafik jumlah pengunjung situs *website* PT. Malika Wisata Utama Tangerang yang mengalami peningkatan dari tahun 2014 sampai 2018.



Sumber : PT. Malika Wisata Utama Tangerang

Gambar 2
Tingkat Pengunjung *Website* pada tahun 2013 - 2017
PT. Malika Wisata Utama Tangerang

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat pengunjung situs di *website* PT. Malika Wisata Utama Tangerang mengalami peningkatan mulai dari 2014-2018.

Begitu juga dengan kualitas pelayanan menjadi variabel kunci strategi dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan juga menarik pelanggan baru (Sanusi 2016:13) Untuk mencapai tujuan tersebut organisasi seharusnya memperhatikan tindakan pekerja dan membekali pekerjanya dengan pengetahuan yang cukup tentang strategi pelayanan yang baik, apabila hal ini diabaikan maka pelanggan akan mengalami kekecewaan karena komunikasi yang buruk. Lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek bukti langsung yang paling tepat, yaitu masih memberikan kesan yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Atributnya meliputi mulai dari fasilitas fisik, peralatan, penampilan karyawan, dan materi promosi. Dibandingkan dengan empat dimensi lainnya, dimensi keandalan sering dipersepsikan paling penting bagi pelanggan dan berbagai industri jasa.

Untuk memperkuat penelitian ini, penulis merujuk beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa dari ke dua variabel yaitu kualitas *website*, dan kepuasan konsumen masing-masing memiliki pengaruh secara positif dan

signifikan terhadap kepuasan konsumen. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Wiludjeng (2015); Iswara (2015); Hendradi (2017); Nugroho (2018); Budi (2011); Adinata (2015); Nugroho (2016); Nofirman, Jalinus, Irfan (2019); Ardiansyah (2018); Kurniawati (2018); dan yang terakhir penelitian dari Muhsin (2017).

Dari penelitian terdahulu mereka menyatakan bahwa dari kedua variabel yaitu kualitas *website*, dan kepuasan konsumen masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Lain halnya dengan penelitian yang dibuat oleh Astuti (2016); dan yang terakhir Anggraini (2018);

Dari penelitian terdahulu mereka menyatakan bahwa dari kedua variabel yaitu kualitas *website*, dan kepuasan konsumen masing-masing memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa dari ke dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen masing-masing memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018); Mugiono (2010); Elfian (2014); Yuniar (2010); Caesar (2015); Atiyah (2017); dan yang terakhir octavis (2015).

Dari penelitian terdahulu mereka menyatakan bahwa dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen masing-masing memiliki

pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Lain halnya dengan penelitian yang dibuat oleh Saputra (2017); dan yang terakhir Arifitama (2016), dari penelitian terdahulu mereka menyatakan bahwa dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen masing-masing memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu yang diuraikan diatas menunjukkan hasil yang tidak konsisten, maka dari itu penulis ingin mengkajinya lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas *Website* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul

“Pengaruh Kualitas *Website* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang”.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, penulis memperoleh beberapa identifikasi masalah penelitian :

1. Apakah ada Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Konsumen ?
2. Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ?
3. Apakah ada Pengaruh Kualitas *Website* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian agar masalah yang diteliti memiliki ruang lingkup dan arah yang jelas maka penulis memberi batasan masalah yang akan dibahas yaitu Pengaruh Kualitas *Website* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang 2013 -2017.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas *Website* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang 2013 -2017.

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang ?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang ?
3. Pengaruh Kualitas *Website* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang

3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas *Website* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Malika Wisata Utama Tangerang

1.4 Manfaat

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dan untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan yang telah diberikan selama proses perkuliahan agar bisa diterapkan di masa yang akan datang

2. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan pada PT. Malika Wisata Utama untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan penetapan harga sesuai keinginan konsumen dalam menciptakan kepuasan para konsumennya.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat sebagai rekondasi materi dalam pengembangan ilmu pengetahuan saat proses perkuliahan dan sumber informasi untuk peneliti selanjutnya dengan objek penelitian yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Abdullah, Rohi. (2015). *Web Programing is Easy*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung, CV. Pustaka Setia.
- Anton Mulyono Aziz dan Maya Irjayanti, (2014), *Manajemen*. Bandung, Mardika Group
- Anif Kurniawan Nugroho. (2016). " Analisis pengaruh kualitas *website* tokopedia terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode *webqual 4.0*" e- Proceeding of Management : Vol.3, No.3 December 2016.
- AmaliaKurniawati, Rizka (2018). "Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin Dengan Menggunakan *Webqual 4.0*" Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548-964X Vol. 2, No. 3, Maret (2018), hlm. 1151-1160
- Armstrong, Kotler (2015), "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc.
- Arief, M.Rudyanto., 2015, *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP danMySQL*, Andi, Yogyakarta.
- APJII. (2016).*Hasil Survei Internet APJII 2016*.<https://apjii.or.id/survei2016> (20 Febuari 2017).
- A. Parasuraman, V. A. (2011). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Reaserch. *Service Quality*, (2015)-220.
- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL": A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*.Vol 64 (1) pp 12-37
- A. Parasuraman., 2014., *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New Jersey :Prentince Hall.
- Arief, M. (2007). *Pemasaran Jasa & kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola KualitasPelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*. Malang: PT Bayu Media Publishing.
- Astuti, Dewi (2016). "analisis kualitas layanan *e-commerce* terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *e-servqual* (Studi Kasus: Lejel *Home Shopping* Pekanbaru)"

Jurnal Reayasa sistem Informasi, Vol. 2, No. 1, Februari (2016) e-ISSN 2502-8995 p-ISSN 24608181.

- Bagas, Rahardjo.2012. Tingkat informasi keuangan dan non keuangan melalui website perusahaan perbankan di indonesia. Journal of accounting. Volume 1 nomer 2
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., (2003), *Service Marketing* (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi
- Budi, Risyad Fauziansyah. (2013). *Pengaruh Kualitas Web Terhadap Tingkat Kepuasan Penggunaan Google Scholar (Studi pada Mahasiswa Unair Sebagai Penunjang Kegiatan Akademis)*. Jurnal. Surabaya: Universitas Airlangga
- Chaffey, D. (2011). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice (5th)*. Pearson Education
- Charles Lamb, W.et.al. (2013). Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Chinyere, Iluno Ezinne, (2017). " *The Impact of e-Commerce on Customer Satisfaction: a Case Study of Kaduna State Metropolis in Nigeria* *International Journal of Advanced Studies in Economics and Public Sector Management IJASEPSM* ISSN Print: 2354-421X | ISSN Online: 2354- 4228 Volume 5, Number 3
- Daryanto. (2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2). Bandung: PT
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Danang Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Disastra, G. M., & Wulandari, A. (2017). Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Djaslim Saladin. 2015. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Edisi ke 4. Linda Karya. Bandung
- Elfian. (2014). "Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan konsumen bis transjakarta Di terminal kampung melayu" Faculty of Education and Social Sciences Indraprasta PGRI University Jakarta.
- El-Gohary, Hatem. (2010). E-Marketing-A literature Review from a Small Businesses Perspective. Vol. 1, No. 1, pp214-244. United States of America: International Journal of Business and Social Science.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Gary Coulter dan John Buddemeir . (2010). *Teori E-commerce*. <http://www.Ecommerce.net>. 5 Januari (2015). (19:30).

- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hakim, Lukmanul dan Uus Musalini. 2015. *Cara Cerdas Menguasai Layout, Desain dan Aplikasi Web*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- H. Subaki Ahmad, SE, Ak., MM, dkk. (2014). *Pedoman Penyusunan Skripsi. Edisi Revisi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. (2011). Kualitas Pelayanan Publik, Yogyakarta: Gaya Media*
- Hawkins, Del I. dan Mothersbaugh, David L. (2013). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. USA: McGraw-Hills.
- Hidayat, Rahmat. (2010). *Cara Praktis Membangun Website Gratis : Pengertian Website*. Jakarta PT Elex Media Komputindo Kompas, Granedia
- Hildha Aprilia Pratiwi. (2011). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka Di Yogyakarta".
- Hyejeong Kim and Linda S. Niehm. (2012). *The Impact Of Website Quality On Information Quality, Value, And Loyalty Intentions In Apparel Retailing*. Journal Of Interactive Marketing. 23: 221 133.
- Juran, M.J. (2001). *Quality Management*. Boston: McGraw – Hill Publishing Co.
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran, Terjemahan : Bob Sabran*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta A. Parasuraman, Leonard L. Berry, And Valarie A. Zeithml. (1985). *A Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research*. Journal of Marketing, Vol. 49, P.41 50.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2014). Principles of Marketing, Fifteenth Edition, Pearson Education, England

Laudon, Kenneth C dan Jane P. Laudon. (2007). *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi ke-10. Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.

Mugiono. (2010). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Pembeli) Di Pasar Kota Malang" WACANA Vol. 13 No. 4 Oktober 2010 ISSN. 1411-0199.

Mowen, J.C. dan Minor, M. (2014). Perilaku Konsumen. Yahya, D.K., penerjemah: Mahanani, N., penyunting. Jakarta. Erlangga. Terjemahan dari: Consumer Behaviour. 247 hal.

M. Tantowi Jauhari. (2019). "The impact of website quality on consumer satisfaction and purchase intention (study case of e-commerce lazada indonesia in malang city)" Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 67 No. 1 Nasution, M. Nur. (2010). Manajemen Mutu Terpadu. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.

Prionggo Hendradi. (2017). "Pengaruh Kualitas Website Pt Go-Jek Indonesia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual" *Jurnal Satya Informatika Vol. 2 No. 2, September 2017 Halaman 44-57.*

Raharjo, Budi dkk. (2014). Modul Pemrograman Web HTML, PHP, dan MySQL. Bandung: Modula.

Ramanathan. Ramakrishan, Ramanathan, Usha dan Hsiao, Hsia Ling. (2012). *The Impact of ECommerce on Taiwanese SMEs: Marketing and Operation Effect*. UK: Int.J. Production Economics.

Risyad Fauziansyah Budi. (2011). "Pengaruh Kualitas Web Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Google Scholar (Studi Pada Mahasiswa Unair Sebagai Penunjang Kegiatan Akademis)".

Rizka Amalia Kurniawati. (2018). "Analisis pengaruh kualitas website terhadap kepuasan pelanggan mister aladin dengan menggunakan webqual 4.0" *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548-964X Vol. 2, No. 3, Maret 2018, hlm. 1151-1160.*

- Sangadji, E. M., & Sopiah, (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Cetakan Pertama. CV. Andi, Yogyakarta.
- Sanusi,Irfan, (2019), wawancara eksklusif PT. Malika Wisata Utama Tangerang.
- Setyaningrum,Ari., J.,Udaya,Efendi. (2015).Prinsip–PrinsipPemasaran.Yogyakarta : ANDI.
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Stevenson, William J. dan Chee Chuong, Sum. (2014). *Manajemen Operasi* Pe Adrian, Payne, 1993, *The Essence of Services Marketing (Pemasaran Jasa)*, Andy,Yogyakarta. *rspektif Asia*, edisi 9, Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Subaki Ahmad et.al (2014) *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Cetakan ketiga, Jakarta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suyanto,A.H, (2009). *Step by Step WEB Design; Theory and Practices*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, Danang. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tangkilisan, Nogi Hessel. (2005). *Manajemen Publik*. PT. Gramedia WidiasaranaIndonesia : Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2012), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tony Wijaya. (2013). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji.

Virza Yuniar. (2015). " Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pada perusahaan jasa emkl saputra trans abadi cirebon" e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6thed. Mc.Graw-Hill. Boston

Zulian Yamit, M.Si, (2005), Manajemen Persediaan, Edisi pertama, Yogyakarta: EKONISIA.

_____. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods).Bandung : Alfabeta.

_____. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif . Bandung : Alfabeta

