

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Data**

Deskriptif adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain:

##### **4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden**

Deskripsi responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden pengguna aplikasi Traveloka berdasarkan Jenis Kelamin, Usia Responden Dan Pekerjaan Responden. Berikut hasil Deskripsi Responden masing-masing karakteristik:

**Tabel 4.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	61	61,0%
Perempuan	39	39,0%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa tamu Hotel Nusantara Syariah, paling banyak berjenis kelamin laki - laki yang berjumlah 61 responden atau sebesar 61,0%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi Traveloka berjenis kelamin laki-laki

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
17 Tahun – 22 Tahun	30	30,0%
23 Tahun – 28 Tahun	36	36,0%
29 Tahun – 34 Tahun	20	20,0%
>35 Tahun	14	14,0%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi Traveloka, paling banyak memiliki usia 23 Tahun – 28 Tahun yang berjumlah 36 responden atau sebesar 36,0%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi Traveloka memiliki usia 23 Tahun – 28 Tahun

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Mahasiswa	25	25,0%
Pegawai Negeri	13	13,0%
Pegawai Swasta	29	29,0%
Pelajar	15	15,0%
Wiraswasta	18	18,0%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi Traveloka ah, paling banyak memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta yang berjumlah 29 responden atau sebesar 29,0%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi Traveloka memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban responden

Tabel 4.4

#### Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kinerja

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju									
		1		2		3		4		5	
1	Website Traveloka mudah dioperasikan	14	14	9	9	32	32	42	42	3	3
2	Website Traveloka memiliki tampilan menarik	1	1	17	17	28	28	49	49	5	5
3	Website Traveloka dapat diakses setiap saat	1	1	10	10	4	4	49	49	36	36
4	Website Traveloka memiliki menu yang mudah dipahami	1	1	7	7	24	24	40	40	28	28
5	Website Traveloka menyediakan informasi yang dapat dipercaya	0	0,0	5	5	12	12	50	50	33	33
6	Website Traveloka menyediakan informasi terbaru	4	4	15	15	27	27	39	39	15	15
7	Website Traveloka menyediakan informasi yang mudah dimengerti	4	4	5	5	24	24	47	47	20	20
8	Website Traveloka menyediakan informasi yang relevan	2	2	6	6	13	13	57	57	22	22
9	Website Traveloka memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan perusahaan	4	4	11	11	22	22	40	40	23	23
10	Website Traveloka memberikan pelayanan, sesuai dengan yang dijanjikan	5	5	13	13	31	31	40	40	11	11
11	Website Traveloka memberikan rasa aman dalam bertransaksi	3	3	11	11	24	24	49	49	13	13
12	Website Traveloka memiliki reputasi yang baik	8	8	20	20	20	20	48	48	4	4

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang paling besar dan mendekati sangat setuju pada jawaban sangat setuju, terdapat pada pernyataan 3 yaitu Website Traveloka dapat diakses setiap saat sebanyak 36 responden atau 36,0%, untuk pernyataan yang paling kecil dan mendekati sangat setuju terdapat pada pernyataan 1 yaitu Website Traveloka mudah dioperasikan 3 responden atau 3,0%

**Tabel 4.5****Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kepentingan**

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju-Sangat Setuju									
		1		2		3		4		5	
1	Website Traveloka mudah dioperasikan	0	0,0	4	4	23	23	43	43	30	30
2	Website Traveloka memiliki tampilan menarik	0	0,0	0	0,0	23	23	55	55	22	22
3	Website Traveloka dapat diakses setiap saat	2	2	4	4	12	12	50	50	32	32
4	Website Traveloka memiliki menu yang mudah dipahami	0	0,0	1	1	9	9	42	42	48	48
5	Website Traveloka menyediakan informasi yang dapat dipercaya	0	0,0	6	6	14	14	52	52	28	28
6	Website Traveloka menyediakan informasi terbaru	0	0,0	4	4	3	3	50	50	43	43
7	Website Traveloka menyediakan informasi yang mudah dimengerti	0	0,0	0	0,0	10	10	44	44	46	46
8	Website Traveloka menyediakan informasi yang relevan	0	0,0	4	4	9	9	50	50	37	37
9	Website Traveloka memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan perusahaan	0	0,0	1	1	19	19	56	56	24	24
10	Website Traveloka memberikan pelayanan, sesuai dengan yang dijanjikan	2	2	4	4	17	17	44	44	33	33
11	Website Traveloka memberikan rasa aman dalam bertransaksi	0	0,0	1	1	10	10	51	51	38	38
12	Website Traveloka memiliki reputasi yang baik	1	1	6	6	18	18	46	46	29	29

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang paling besar dan mendekati sangat setuju pada jawaban sangat setuju, terdapat pada pernyataan 4 yaitu Website Traveloka memiliki menu yang mudah dipahami, sebanyak 48 responden atau 48,0%, untuk pernyataan yang paling kecil dan mendekati sangat setuju terdapat pada pernyataan 2 yaitu Website Traveloka memiliki tampilan menarik, sebanyak 22 responden atau 22,0%

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment. Proses pengujiannya dilakukan terhadap 30 responden dengan menggunakan aplikasi SPSS.

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner**

Variabel	Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Kinerja	Pernyataan 1	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 4	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 5	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 6	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 7	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 8	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 9	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 10	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 11	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 12	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Kepentingan	Pernyataan 1	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 2	0,004	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 4	0,022	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 5	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 6	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 7	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 8	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 9	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 10	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 11	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
	Pernyataan 12	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan variabel kualitas website berdasarkan kinerja dan kepentingan, memperoleh nilai Sig < Alpha, dengan demikian seluruh item pernyataan pada variabel kualitas website berdasarkan kinerja dan kepentingan, dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel kualitas website berdasarkan kinerja dan kepentingan, menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
<i>Performance</i>	0,902	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
<i>Importance</i>	0,936	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.7 diatas nilai *cronbach's alpha*, variabel kualitas website berdasarkan kinerja dan kepentingan pada rentan 0,8000 – 1,0000, dengan demikian seluruh item pernyataan pada variabel kualitas website berdasarkan kinerja dan kepentingan, memiliki reliabilitas sangat tinggi

#### 4.3 Hasil Analisis Data

Untuk mengukur kualitas website pada Traveloka, dengan alat analisis data yaitu *metode importance performance analysis* (IPA) dan adalah sebagai berikut:

##### 4.3.1 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesesuaian dilihat dari kepuasan konsumen atas kualitas website pada Traveloka. Dengan menggunakan analisis tingkat *importance* dan *performance*. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data maka diperoleh data *importance performance analysis* (IPA), sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skor Penilaian Kinerja

Yi = Skor Penilaian Kepentingan

**Tabel 4.8**  
**Penilaian Tingkat Kesesuaian Kinerja Dan Kepentingan**  
**Pada kualitas website pada Traveloka**

<b>Dimensi</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skor Kinerja</b>	<b>Skor Kepentingan</b>	<b>Tingkat Kesesuaian</b>	<b>Total Tingkat Kesesuaian</b>
<i>Usability</i>	Pernyataan 1	311	399	77,9 %	81,11%
	Pernyataan 2	340	399	85,2 %	
	Pernyataan 3	409	406	100,7 %	
	Pernyataan 4	387	437	88,6 %	
<i>Information Quality</i>	Pernyataan 5	411	402	102,2 %	90,30%
	Pernyataan 6	346	432	80,1 %	
	Pernyataan 7	374	436	85,8 %	
	Pernyataan 8	391	420	93,1 %	
<i>Service Interaction Quality</i>	Pernyataan 9	367	403	91,1 %	85,06%
	Pernyataan 10	339	402	84,3 %	
	Pernyataan 11	358	426	84,0 %	
	Pernyataan 12	320	396	80,8 %	
Total		4353	4958	87,83%	

Sumber: Data Diolah, 2022

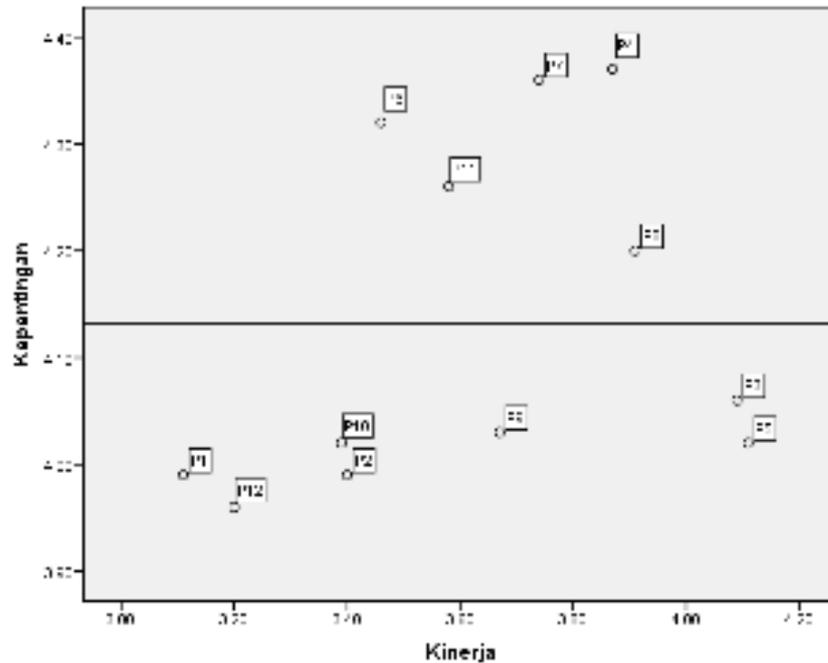
Berdasarkan tabel 4.8 penilaian tingkat kesesuaian berdasarkan kinerja dan kepentingan pada kualitas website Traveloka, memiliki nilai total tingkat kesesuaian pada seluruh item pernyataan sebesar 87,83%

**Tabel 4.9**  
**Perhitungan Rata - Rata Dari Penilaian Kinerja Dan Kepentingan**  
**Pada kualitas website pada Traveloka**

<b>Dimensi</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Rata-Rata Skor Kinerja</b>	<b>Rata-Rata Skor Kepentingan</b>
<i>Usability</i>	Pernyataan 1	3,11	3,99
	Pernyataan 2	3,40	3,99
	Pernyataan 3	4,09	4,06
	Pernyataan 4	3,87	4,37
<i>Information Quality</i>	Pernyataan 5	4,11	4,02
	Pernyataan 6	3,46	4,32
	Pernyataan 7	3,74	4,36
	Pernyataan 8	3,91	4,20
<i>Service Interaction Quality</i>	Pernyataan 9	3,67	4,03
	Pernyataan 10	3,39	4,02
	Pernyataan 11	3,58	4,26
	Pernyataan 12	3,20	3,96
Total		43,53	49,58
Rata-Rata		3,63	4,13

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 mengenai perhitungan rata-rata dari penilaian berdasarkan kinerja dan kepentingan pada kualitas website Traveloka, dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kinerja dan kepentingan pada kualitas website Traveloka, diperoleh nilai rata-rata pada tingkatan kinerja sebesar 3,63 dan tingkat kepentingan sebesar 4,13



**Gambar 4.1 Diagram Kartesius**

Berdasarkan gambar 4.1 Penempatan posisi masing-masing dapat dilihat pada diagram kartesius dibagi menjadi empat diagram dengan garis tengah pembagi berdasarkan nilai rata-rata pada tingkatan kinerja sebesar 3,63 dan tingkatan kepentingan sebesar 4,13. Dari diagram kartesius diatas terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan atribut yang mempengaruhi harapan pengguna Traveloka terbagi menjadi empat kuadran. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

**1. Kuadran A**

Kuadran A menunjukan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Website Traveloka menyediakan informasi terbaru, (P6)
- b. Website Traveloka memberikan rasa aman dalam bertransaksi (P11)

## **2. Kuadran B**

Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan. Untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Website Traveloka memiliki menu yang mudah dipahami (P4)
- b. Website Traveloka menyediakan informasi yang mudah dimengerti (P7)
- c. Website Traveloka menyediakan informasi yang relevan (P8)

## **3. Kuadran C**

Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Website Traveloka mudah dioperasikan (P1)
- b. Website Traveloka memiliki tampilan menarik (P2)
- c. Website Traveloka memberikan pelayanan, sesuai dengan yang dijanjikan (P10)
- d. Website Traveloka memiliki reputasi yang baik (P12)

## **4. Kuadran D**

Kuadran D menunjukkan variabel yang kurang penting, tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan oleh konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Website Traveloka dapat diakses setiap saat (P3)
- b. Website Traveloka menyediakan informasi yang dapat dipercaya (P5)
- c. Website Traveloka memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan perusahaan (P9)

## **4.4 Pembahasan**

### **4.4.1 Pembahasan Kuadran A**

Atribut yang terdapat pada kuadran A adalah atribut yang menjadi prioritas pengguna Traveloka, dimana atribut yang dianggap penting oleh pengguna Travelok, namun kinerjanya masih kurang baik. Atribut tersebut antara lain. Website Traveloka menyediakan informasi terbaru, notifikasi pada Website Traveloka sering terlambat memberikan informasi (P6), info masih terbaru sangat penting bagi pengguna Traveloka, dimana informasi terkait pemesanan yang cepat memungkinkan calon pengguna untuk memfilter pemesanan yang diinginkan sehingga lebih mengetahui keadaan terbaru terkait dengan pemesanan tiket yang dilakukan baik itu hotel maupun transportasi. Website Traveloka memberikan rasa aman dalam bertransaksi, dikarenakan salah satu sistem pembayaran yaitu Traveloka Paylater, kurang memberikan keamanan dalam bertransaksi karena beberapa kebijakan penggunaan dari Traveloka Paylater (P11), sedangkan Traveloka Paylater pernah mengalami peretasan pengguna, hal ini menunjukkan sistem keamanan yang dimiliki oleh Traveloka belum sesuai harapan. Sistem keamanan sangat penting bagi pengguna dalam bertransaksi secara digital untuk itu Traveloka harus meningkatkan. Karena atribut pada kuadran A dianggap sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna Traveloka, namun dari Traveloka belum melaksanakannya sesuai harapan, sebaiknya dari pihak Traveloka secepatnya melakukan perbaikan pada atribut-atribut pada kuadran A, sehingga pengguna Traveloka dapat merasakan kepuasan dengan layanan yang diberikan. Ardiansyah dan Jumhur (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek untuk kinerja layanan tertentu. Kepuasan merupakan sebagai sikap setelah mendapatkan pengalaman tersebut. Jika sebuah perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas.

#### **4.4.2 Pembahasan Kuadran B**

Atribut yang terdapat pada kuadran B adalah atribut- atribut yang dianggap penting oleh pengguna Traveloka dan pelaksanaan kinerjanya sudah sesuai dengan yang diharapkan. Atribut-atribut tersebut antara lain. Website Traveloka memiliki menu yang mudah dipahami, hal ini menunjukkan bahwa Traveloka memiliki menu yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan penataran (P4). Website Traveloka menyediakan informasi yang mudah dimengerti, hal ini menunjukkan bahwa Traveloka dalam memberikan informasi terkait voucher discount serta memberikan keterangan pada setiap jasa yang ditawarkan dengan jelas (P7). Website Traveloka menyediakan informasi yang relevan, hal ini menunjukkan bahwa Traveloka memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen(P8). Karena atribut pada kuadran B dianggap sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna Traveloka dan dalam pelaksanaannya pihak Traveloka sudah memenuhi harapan dari pengguna Traveloka, sebaiknya atribut - atribut di kuadran ini harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan karena merupakan unggulan dari pelayanan yang diberikan, sehingga pengguna Traveloka dapat merasakan kepuasan dengan layanan yang diberikan. Nababan dan Ramadhan (2020) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan bisa dikatakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan.

#### **4.4.3 Pembahasan Kuadran C**

Atribut yang terdapat pada kuadran C adalah atribut yang dianggap oleh pengguna Traveloka, tidak terlalu penting dan dirasa kurang memuaskan, Atribut – atribut tersebut antara lain. Website Traveloka mudah dioperasikan, merupakan atribut yang dianggap kurang penting, namun penerapannya kurang maksimal karena mengalami kesulitan dalam menggunakan kode voucher (P1). Website Traveloka memiliki tampilan menarik, merupakan atribut yang dianggap kurang penting, namun penerapannya kurang maksimal karena dinilai tampilan Traveloka terlalu simpel (P2). Website Traveloka memberikan pelayanan, sesuai dengan yang dijanjikan, merupakan atribut yang dianggap kurang penting, namun Proses refund voucher butuh waktu yang cukup lama tidak sesuai dengan yang waktu yang ditentukan (P10). Website Traveloka memiliki reputasi yang baik merupakan atribut yang dianggap kurang penting karena Traveloka memiliki reputasi yang baik persepsi konsumen. (P12). Karena atribut pada kuadran C dianggap kurang penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna Traveloka dan dalam pelaksanaannya pihak Traveloka kurang memuaskan, sebaiknya atribut - atribut di kuadran ini tetap dipertimbangkan karena tidak menutup kemungkinan pada waktu yang akan datang menjadi perhatian yang penting oleh Tamu Hotel. Syarif dan Widodo, (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang maupun kecewa yang diperoleh dari perbandingan hasil kerja dengan apa yang ada dipikirkannya. Seorang pemakai jasa merasa puas atau tidaknya, tergantung pada hasil kerja dan pembandingnya hal yang ia pikirkan.

#### **4.4.4 Pembahasan Kuadran D**

Atribut yang terdapat pada kuadran D adalah atribut yang dianggap oleh pengguna Traveloka tidak terlalu penting dan dalam pelaksanaannya berlebihan. Atribut -atribut tersebut antara lain. Website Traveloka dapat diakses setiap saat, dianggap tidak terlalu penting, karena setiap jasa

pemesan tiket dapat diakses setiap saat (P3), Website Traveloka menyediakan informasi yang dapat dipercaya, dianggap tidak terlalu penting, karena perusahaan yang bergerak di industri digital harus memberikan kepercayaan pada pengguna (P5), Website Traveloka memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan perusahaan, dinilai tidak terlalu penting karena sudah menjadi sebuah kewajiban dalam pelayanan (P9). Karena atribut pada kuadran D dianggap kurang penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna Traveloka dan dalam pelaksanaannya pihak Traveloka sudah baik, namun dilakukan secara berlebihan, sebaiknya atribut - atribut di kuadran ini tetap dipertahankan, sehingga tidak menimbulkan hal-hal baru yang dinilai tidak memuaskan di waktu yang akan datang. Nasfi, Rahmad dan Sabri (2020) menyatakan bahwa kepuasan merupakan sesuatu hal yang dirasakan dengan persepsi mereka masing-masing saat mereka melakukan transaksi atau setelah melakukan transaksi dengan produsen atau pihak penyedia layanan.

Traveloka, menjelaskan bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki persentase tertinggi mengunjungi situs website Traveloka sebesar 61,22%. Melihat tingginya persentase Indonesia sebagai negara yang Indonesia, oleh karena itu Traveloka sangat perlu memperhatikan kualitas dari website, demi memberikan pengalaman yang memuaskan bagi penggunanya. Hasil Pra Survei Tingkat Kualitas Website Traveloka, menjelaskan bahwa rata-rata penilaian konsumen yang menjawab YA, untuk kualitas website Traveloka sebanyak 14 responden atau 46% dan rata-rata penilaian konsumen yang menjawab TIDAK, untuk kualitas website Traveloka sebanyak 16 responden atau 54%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas website Traveloka masih perlu diperbaiki dikarenakan masih terdapat konsumen yang merasa tampilan dari Traveloka kurang menarik cenderung rumit, jangkauan pencarian tempat menginap masih kurang jelas dan hanya berfokus pada situs booking domestik, belum mencakup semua negara. Dengan hasil

tersebut penting bagi Traveloka memperbaiki kualitas website sehingga pengunjung merasakan kepuasan menggunakan situs Traveloka. Ardiansyah dan Jumhur (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek untuk kinerja layanan tertentu. Kepuasan merupakan sebagai sikap setelah mendapatkan pengalaman tersebut. Jika sebuah perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Permana (2020) menyatakan bahwa kualitas website adalah suatu teknik atau metode pengukuran berdasar atas pendapat konsumen pada besarnya kontribusi kegunaan website. Amin dan Husna (2020) menyatakan bahwa kualitas website merepresentasikan kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan kepada konsumen, dalam proses pembelian suatu produk atau jasa.