

INTISARI

Website AirAsia Indonesia adalah salah satu *website* yang menerapkan *E-Service Quality* serta konsep belanja mudah dan hemat sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen. Namun di sisi lain tuntutan konsumen dan persaingan yang semakin ketat dengan sesama jasa penerbangan sehingga mendorong *website* AirAsia Indonesia untuk melakukan evaluasi mengenai kualitas layanannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan *E-Service Quality* pada pembelian tiket maskapai penerbangan AirAsia Indonesia melalui *website*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Sampel yang digunakan adalah sampel *stratified random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Identitas responden dan deskripsi jawaban responden diuji dan diolah menggunakan program IBM SPSS *Statistic version 20.0 for windows*.

Secara keseluruhan, persepsi responden terhadap *E-Service Quality* pada pembelian tiket maskapai penerbangan AirAsia Indonesia melalui *website* adalah positif. Dimensi *Assurance* adalah dimensi yang memperoleh mean paling tinggi dibandingkan dengan dimensi yang lainnya. Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden memiliki persepsi positif terhadap kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh *website* AirAsia Indonesia.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Deskriptif Murni, AirAsia.

ABSTRACT

Website AirAsia Indonesia is one of websites which apply E-Service Quality as well as the concept of spending easy and efficient so that it can give additional value for consumers. But on the other hand demands of consumers and thight competition with fellow services flight so as to encourage website AirAsia Indonesia to conduct an evaluation of the quality of it's service. The aim of this research is to describe E-Service Quality on the purchase tickets airline AirAsia in Indonesia via website.

This research is research descriptive by using data sources a primary obtained by using the instrument research in the form of questionnaire. A sample that we use is a sample of stratified random sampling to the number of respondents as many as 100 people. The identity of respondents and descriptions of answers respondents tested and processed using program IBM SPSS Statistic version 20.0 for Windows.

Overall, perception of respondents against E-Service Quality on the purchase tickets airline AirAsia in Indonesia via website is positive. The dimensions of Assurance is a dimension who obtains mean most high compared with other dimensions. This can be explained that respondents having positive perception of against the policies that made by website AirAsia Indonesia.

Keywords : E-Service Quality, descriptive pure, AirAsia.

