



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air Di Bandar Udara Abdurachman Saleh Malang

**Maulana Fadli**

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

Email : [alanmaul093@gmail.com](mailto:alanmaul093@gmail.com)

**Desiana Rachmawati**

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

Email : [desianarachma@gmail.com](mailto:desianarachma@gmail.com)

Korespondensi penulis : [alanmaul093@gmail.com](mailto:alanmaul093@gmail.com)

**Abstract,** *Passenger satisfaction is a very important thing for an airline to be one of the benchmarks to see how far the company's success is in carrying out its vision and mission. The purpose of this study was to determine partially significant Customer Service Quality towards Batik Air Airline Passenger Satisfaction at Abdurachman Saleh Airport Malang. To find out ticket prices partially significant to Batik Air Airline Passenger Satisfaction at Abdurachman Saleh Airport Malang. To determine the effect of Customer Service Quality and Ticket Prices simultaneously on Batik Air Airline Passenger Satisfaction at Abdurachman Saleh Airport Malang. This research uses descriptive quantitative methods. And multiple linear analysis technique. The number of samples used is 100 respondents. Data collection techniques in this study using a questionnaire. Data processing in this study uses the SPSS software program. The conclusion of this study can be seen that the Quality of Customer Service has a positive and significant influence on Passenger Satisfaction, Ticket Prices have a positive and significant influence on Passenger Satisfaction. Simultaneously it is known that the Quality of Customer Service and Ticket Prices have a positive and significant influence on Batik Air Airline Passenger Satisfaction at Abdurachman Saleh Airport Malang.*

**Keywords:** *Service Quality, Ticket Prices, Passenger Satisfaction*

**Abstrak,** Kepuasan penumpang merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan penerbangan untuk menjadi salah satu tolak ukur untuk melihat sejauh mana keberhasilan perusahaan dalam menjalankan visi dan misinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Customer Service secara parsial signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdurachman Saleh Malang. Untuk mengetahui Harga Tiket secara parsial signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdurachman Saleh Malang. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service dan Harga Tiket secara simultan terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdurachman Saleh Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Dan Teknik analisis linear berganda. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS. Kesimpulan penelitian ini dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan Customer Service memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang, Harga Tiket memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Secara simultan diketahui bahwa Kualitas Pelayanan Customer Service dan Harga Tiket memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang.

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan, Harga Tiket, Kepuasan Penumpang

## PENDAHULUAN

Industri penerbangan adalah industri yang berkembang, semakin cerdas, sadar harga, dan memiliki persaingan yang kompetitif. Persaingan yang kompetitif ini dialami tidak hanya dengan maskapai penerbangan domestik tetapi juga dengan maskapai penerbangan internasional. Persaingan dengan maskapai penerbangan domestik yang semakin marak tentu saja berdampak pada pencapaian operasional perusahaan. Apalagi saat ini semakin banyak maskapai penerbangan Indonesia berbiaya rendah yang menawarkan tiket dengan harga murah dengan tujuan untuk merebut pangsa pasar yang lebih banyak di masyarakat. Di sisi lain, dengan tarif yang murah tersebut sering menurunkan kualitas pelayanan (service), bahkan yang lebih mengkhawatirkan lagi adalah menyebabkan berkurangnya kualitas pemeliharaan (maintenance) pesawat sehingga rawan terhadap keselamatan penerbangan dan akan berdampak kurang baik terhadap keamanan, kenyamanan, keselamatan dan perlindungan konsumen.

Penetapan harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang sering merasa puas dapat tercipta loyalitas konsumen. Harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan). Bagi perekonomian, harga dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, dan lain-lain bagi konsumen, harga dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian sedangkan bagi perusahaan, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan (Tjiptono di dalam Herliyana, 2013).

Unsur-unsur yang membentuk pelayanan berkualitas merupakan perpaduan dari kualitas manusia yang dicerminkan oleh perilaku atau sikap pribadi dalam berinteraksi dengan para tamu dan keterampilan atau keahlian yang merupakan penguasaan unsur-unsur teknik dan prosedur yang berkaitan dengan tugas pekerjaannya. Unsur-unsur dan komponen-komponen dasar dalam pelayanan sulit untuk di inventory, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah berkaitan dengan proses, dimana produk yang dinikmati oleh tamu berupa pengalaman. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses konsumsi jasa tersebut (Kotler di dalam Herliyana, 2013).

Di tengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, Batik Air sebagai pemain swasta dengan permodalan yang cukup dan strategi penetrasi harga. Sebagai salah satu perusahaan penerbangan di Indonesia, Batik Air masih stabil dalam bersaing dengan maskapai penerbangan lainnya. Batik Air berusaha dalam mencari, menarik dan mempertahankan pelanggan untuk memuaskan pengguna jasanya, terutama melalui sisi performa pelayanannya, selain itu melakukan penambahan fasilitas-fasilitas untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.

Menurut (Herliyana, 2013), karena harga tiket murah para pengguna jasa penerbangan maskapai Batik Air banyak diminati, tetapi masih banyak juga yang menganggap maskapai ini tidak menjalankan kualitas pelayanan dengan baik, harga yang murah tidak diimbangi dengan kualitas

pelayanan yang maksimal. Permasalahan yang sering dijumpai berkaitan dengan gagal terbang atau ditolak check in di bandara kebanyakan terjadi pada calon penumpang dikarenakan terlambat waktu check in dan calon penumpang yang gagal terbang tidak dapat mendapatkan pengembalian uang tiket pembatalan ditempat kurang dari 4 jam hanya sebesar 10% dari harga pembelian tiket.

Menurut Kotler dan Keller (Sunart & Alliyah, 2017) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Seringnya terjadi delay atau keterlambatan penerbangan pada Batik Air juga menjadi permasalahan yang sering terjadi, Batik Air juga tidak proaktif memberikan informasi mengenai jadwal penerbangan yang tertunda. Padahal, informasi jadwal penerbangan adalah moment of truth bagi pelanggan. Meskipun banyak yang sudah menanyakan pada saat check in, tetap saja tidak ada informasi yang jelas, calon penumpang terlambat beberapa menit saja dari waktu check in otomatis bergeser pada penerbangan berikutnya, tetapi dengan membeli tiket baru seharga 90% dari harga tiket asli yang seharusnya calon penumpang cukup hanya melapor pada bagian ticketing, membayar administrasi, lalu dijadwalkan pada penerbangan berikutnya ([www.waspada.co.id](http://www.waspada.co.id)).

Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dalam (Saidani & Arifin, 2012) kualitas jasa merupakan sesuatu yang di persepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Kotler dan Keller dalam (Wicaksono, 2017) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Dalam dunia penerbangan, customer service merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perusahaan. Seorang customer service dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada penumpang, agar kita dapat memberikan pelayanan yang prima kita harus mengenal karakteristik penumpang dengan baik. Penumpang bermacam-macam tipe, penyabar, pendiam, hati-hati, masing-masing tipe ini kita harus dekati dengan metode yang berbeda pula.

Menurut penelitian (Lea Reanza, 2021), Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang maskapai Citilink selama masa pandemi covid-19 di kota Medan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG MASKAPAI BATIK AIR DI BANDAR UDARA ABDULRACHMAN SALEH MALANG.”

## **TINJAUAN PUSTAKA**

## Kualitas Pelayanan

Menurut (Setyowati, 2018), kualitas pelayanan dalam penelitiannya merupakan hasil penilaian jangka panjang oleh pelanggan terhadap perusahaan atas cara mereka menyampaikan layanannya atau semua kesan yang didapat saat menggunakan jasa/barang. Kemudian menurut (Rohaeni & Marwa, 2018), mengartikan kualitas pelayanan sebagai derajat kualitas produk atau jasa yang diminta atas derajat kualitas produk tersebut guna untuk memberi kepuasan kepada konsumen.

Menurut (Cheng & Rashid, 2014), berpendapat kualitas pelayanan diartikan sebagai penilaian dari konsumen yang berhubungan dengan keunggulan dan kelebihan dari suatu layanan. Pelanggan akan menggunakan lima dimensi kualitas layanan untuk menilai kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan cara membandingkan harapan dan persepsinya terhadap layanan tersebut. (Prasojo & Wahyuati, 2016).

### 1. Keandalan (reliability)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.

### 2. Ketanggapan (responsiveness)

Kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang responsive dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.

### 3. Empati (empathy)

Memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

### 4. Bukti fisik (tangibles)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, eksterior, interior dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.

### 5. Jaminan (assurance)

Pengetahuan, kesopan-santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atas komponen: communication, credibility, security, competence dan courtesy.

## Harga

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008) Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dengan kata lain, harga adalah nilai tukar untuk manfaat tertentu bagi konsumen, baik barang ataupun jasa. Biasanya seorang penjual menetapkan harga berdasarkan suatu kombinasi barang secara fisik ditambah beberapa jasa lain serta

keuntungan yang memuaskan, akan tetapi dalam kenyataan yang lain, harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli.

Menurut (Ofela & Agustin, 2016) menyebutkan ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk, karena sebelum membeli konsumen sudah berfikir tentang sistem hemat yang tepat. Selain itu konsumen dapat berfikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang telah dibeli.

3. Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

### **Tiket**

Menurut (Anggraini, 2008) mendefinisikan “Tiket sebagai suatu dokumen perjalanan yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang berisi rute, tanggal, data penumpang yang digunakan untuk melakukan suatu perjalanan”. Menurut (Mayasari, 2011) mendefinisikan tiket adalah “Dokumen berharga yang harus wajib dimiliki oleh penumpang yang akan melakukan perjalanan menggunakan pesawat udara, dokumen tersebut dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan terkait yang bertindak sebagai penangkut transportasi yang didalamnya tercantum syarat-syarat perjanjian antar penumpang dan pengangkut (perusahaan penerbangan)”.

### **Kepuasan konsumen**

Menurut (Kotler & Keller, 2012) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Menurut (Tjiptono, 2014) Kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu “satis” yang berarti cukup baik atau memadai dan “facio” berarti melakukan atau membuat. Menurut (Setyo, 2017) “Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi”. Adapun penjelasan indikator kepuasan konsumen, sebagai berikut:

1. Terpenuhinya harapan konsumen

Konsumen merasakan puas, jika dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.

2. Sikap atau keinginan menggunakan produk

Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media masa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.

3. Merekomendasikan kepada pihak lain

Konsumen selalu merekombinasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang diperoleh dari suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

### **Customer Service**

*Customer Service* berasal dari dua kata yaitu “*Customer*” yang artinya Pelanggan, dan “*Service*” yang artinya adalah Pelayanan. Istilah *customer service* yang di terjemahkan dalam bahasa Indonesia mengandung arti melayani nasabah, yang dimana untuk bidang bisnis secara umum diartikan sebagai pelayanan pelanggan

Menurut (Kasmir, 2014) pengertian *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pihak nasabah, melalui pelayanan, dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Jadi pengertian *Customer Service* adalah sebuah unit kerja yang bertugas untuk meayani nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan berdasarkan informasi dan pelayanan jasa yang tujuannya untuk memberikan kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

### **Batik Air**

Batik Air adalah maskapai penerbangan swasta Indonesia yang didirikan pada tahun 2013. Maskapai ini merupakan anak perusahaan Lion Air yang berlayanan penuh. Penerbangan perdananya dilaksanakan pada hari Jumat, 3 Mei 2013 dari Jakarta ke Manado dan Balikpapan. Untuk mengalihkan jumlah pesanan yang banyak dipesan oleh Lion Air, maskapai yang didirikan oleh Rusdi Kirana ini merencanakan untuk sebuah maskapai penerbangan berpelayanan penuh bernama Batik Air yang berdiri pada bulan Maret 2013 dengan menggunakan pesawat Boeing 737-900ER. Selain itu, untuk melayani rute jarak jauh, Lion Air juga menandatangani pembelian pasti lima pesawat Boeing 787 Dreamliner yang direncanakan datang mulai tahun 2015. Namun pada Januari 2014, Batik Air membatalkan pesanan pesawat Boeing 787 Dreamliner, karena Batik Air menunda ekspansi Internasional jarak jauhnya dan maskapai masih membutuhkan pesawat kelas medium. Atas kejadian ini maka pesanan Dreamliner ini di ganti dengan Boeing 737.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Dimana penelitian ini akan menyebarkan kuisisioner secara online secara responden kuisisioner (questionnaire) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan setelah sebelumnya dimana responden mencatat jawaban mereka sesuai dengan kuisisioner yang telah peneliti buat. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian, metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positif (Sugiyono:2018).

### **Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang maskapai Batik Air di Bandara Abdulrachman Saleh Malang. Menurut data manifest maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang pada bulan Maret dengan jumlah penumpang sebanyak 6.370 orang. Sehingga populasi dalam penelitian ini sebanyak 6.370 orang.

## 2. Sampel

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik pengambilan pada penelitian ini adalah non probability sampling. Non probability sampling adalah pengambilan sampel dengan salah satu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode purposive sampling, yaitu pengambilan jumlah sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dan atau telah ditetapkan kriteria sebelumnya yang dianggap mewakili populasi. Berdasarkan hasil penentuan jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin, dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah sampel dalam penelitian kali ini adalah 100 orang yang akan disebar menggunakan kuesioner pada penumpang maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang.

## Teknik Pengumpulan Data

### 1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer yaitu data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti dan diperoleh langsung dari subyek penelitiannya. Data primer yang di peroleh dari hasil pengisian kuesioner online oleh penumpang pada Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang.

### 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner online kepada penumpang di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang agar memperoleh informasi yang akurat. Cara ini sesuai pula apabila jumlah responden cukup besar atau lokasi mereka tersebar di beberapa wilayah (Murti Sumarni, dalam Salamah Wahyuni, 2013). Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner tes skala likert dimana pilihan jawaban dikategorikan sebagai suatu pernyataan sikap SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

## Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Ketetapan data yang diperoleh oleh peneliti sesuai dengan data objek penelitian, maka dari itu data yang valid adalah mengukur apa yang hendak diukur, data yang tidak berbeda-beda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan uji pearson product dengan menggunakan SPSS. Dengan hasil :

- Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid.
- Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang karena suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat ada tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan handal (reliabel) (Sugiyono, 2018). Peneliti kali ini menggunakan uji alpha cornbach dengan SPSS.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2017), Uji Normalitas adalah uji untuk melihat apakah *residual* yang didapat memiliki distribusi normal. Uji statistik ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan *residual* berdistribusi normal, dan sebaliknya.

### b. Uji Multikolinearitas

Menurut Supriyono *et al* (2016), suatu model regresi sebaiknya terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Multikolonieritas dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan *variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka regresi bebas dari multikolonieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pelaksanaan uji heteroskedastisitas dapat menggunakan Scatterplot. Kriteria yang berlaku adalah titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas, maka artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui perubahan nilai dari variabel dependen jika nanti nilai dua atau lebih variabel independen dinaikkan atau diturunkan. Analisis linear berganda dilakukan dengan ketentuan memiliki lebih dari satu variabel independen (Sugiyono, 2018).

$$Y' = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

$Y'$  = variabel dependen (kepuasan penumpang)

$X_1$  = variabel independen (kualitas pelayanan *customer service*)

$X_2$  = variabel independen (harga tiket)

$a$  = konstanta (nilai  $Y'$  apabila  $X_1, X_2 = 0$ )

$b$  = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

## 4. Uji Hipotesis

### a. Uji T (Uji Parsial)

Uji T merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah yang disusun, yaitu untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Pengujian hipotesis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara masing-masing variabel yaitu  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ , sehingga digunakan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan < dari 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>a</sub> diterima, artinya variabel X mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y.
- Jika nilai signifikan > dari 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima H<sub>a</sub> ditolak, artinya variabel Y tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel X.

b. Uji F (Uji Simultan)

Pada penelitian ini, uji F (uji simultan) digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen, Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Harga Tiket (X<sub>2</sub>) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen, Kepuasan Penumpang (Y) yang dilakukan pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

- Jika nilai signifikan F < 0,05 maka H<sup>0</sup> ditolak dan H<sup>1</sup> diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- Jika nilai signifikan F > 0,05 maka H<sup>0</sup> diterima dan H<sup>1</sup> Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

5. Koefisien Determinasi ( R<sup>2</sup> )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (kualitas pelayanan dan harga tiket) terhadap variabel Y (kepuasan penumpang). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Koefisien determinasi dilihat pada tabel output SPSS Model *Sumarry* pada nilai R *Square* ( R<sup>2</sup> ) terletak antara nol (0) hingga satu (1), semakin mendekati satu (1) maka model dapat dikatakan semakin erat.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN

### Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila kriteria hasil sebagai berikut :

- Jika nilai r hitung > r tabel maka butir pertanyaan dikatakan valid.
- Jika nilai r hitung < r tabel maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan *Customer Service***

	Item Pertanyaan	R. Hitung	R. Tabel	Keterangan
Variabel x1	P1	0,742	0,344	Valid
	P2	0,790	0,344	Valid
	P3	0,819	0,344	Valid
	P4	0,803	0,344	Valid
	P5	0,822	0,344	Valid
	P6	0,793	0,344	Valid
	P7	0,651	0,344	Valid
	P8	0,594	0,344	Valid

	P9	0,761	0,344	Valid
	P10	0,761	0,344	Valid

Sumber: data primer diolah (2023)

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Harga Tiket**

	Item Pertanyaan	R. Hitung	R.Tabel	Keterangan
Variabel x2	P1	0,832	0,344	Valid
	P2	0,794	0,344	Valid
	P3	0,858	0,344	Valid
	P4	0,775	0,344	Valid
	P5	0,768	0,344	Valid
	P6	0,790	0,344	Valid
	P7	0,903	0,344	Valid
	P8	0,793	0,344	Valid

Sumber: Data primer diolah (2023)

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Penumpang**

	Item Pertanyaan	R. Hitung	R.Tabel	Keterangan
Variabel Y	P1	0,787	0,344	Valid
	P2	0,785	0,344	Valid
	P3	0,830	0,344	Valid
	P4	0,834	0,344	Valid
	P5	0,776	0,344	Valid
	P6	0,782	0,344	Valid
	P7	0,866	0,344	Valid
	P8	0,701	0,344	Valid

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, uji validitas dengan menggunakan SPSS terhadap 33 responden dapat di simpulkan bahwa semua item pertanyaan tersebut memiliki R Hitung > R Tabel (0,344) sehingga item instrumen tersebut valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini teknik yang digunakan yaitu menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* untuk mengukur instrumen berbentuk kuesioner. Untuk syarat reliabel dari indikator penelitian dapat diterima atau dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4. Uji Reliabilitas variabel X1**

Reliabilitas variabel x1	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,915	10

Sumber: Data diolah (2023)

**Tabel 5. Uji Reliabilitas variabel X2**

Realibilitas variabel x2	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,924	8

Sumber: Data diolah (2023)

**Tabel 6. Uji Reliabilitas variabel Y**

Realibilitas variabel y	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,915	8

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, uji reliabilitas yang telah dilakukan terhadap masing-masing indikator dapat nilai *Cronbach Alpha* dari indikator X1, X2 dan Y lebih besar dari 0,60. Maka demikian jawaban dari responden dari indikator-indikator penelitian tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dari independennya memiliki distribusi normal atau tidak ada. Uji statistik ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan *residual* berdistribusi normal, dan sebaliknya.

**Tabel 7. Hasil Uji Normalitas**

Kolmogorov-Smirnov	Kriteria	Sig.	Penjelasan
<i>Unstandardized Residual</i>	$> 0,05$	0,90	Normal

Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikannya sebesar 0,90 lebih besar dari 0,05 dengan menggunakan kolmogorov model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung normal.

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya kolerasi yang kuat/tinggi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antar variabel independen karena korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Pengujian mutikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen. Jika VIF menunjukkan angka  $< 10$  menandakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Disamping itu, suatu model dikatakan terdapat gejala multikolinearitas jika nilai VIF diantara variabel independen  $> 10$ .

**Tabel 8. Uji Multikolinearitas**

Variabel Independen		
	Kualitas Pelayanan (X1)	Harga Tiket (X2)

<b>Kriteria Tolerance</b>	> 0,100	> 0,100
<b>Tolerance</b>	0,457	0,457
<b>Kriteria VIF</b>	<10	<10
<b>VIF</b>	2,188	2,188
<b>Informasi</b>	<b>Tidak Multikolinearitas</b>	

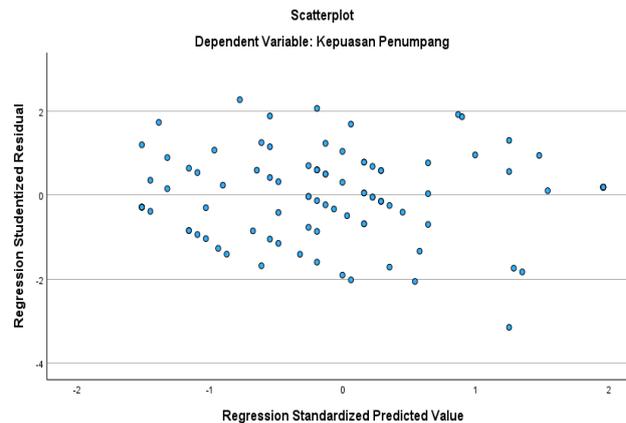
Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Kedua variabel independen yaitu X1, X2 memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 10), sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel independen ini. Diketahui nilai toleran dari kualitas pelayanan dan harga tiket adalah 0,467 dan nilai VIF 2,188, lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas.

**Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas meskipun terlihat berdempet dibagian titik-titik tertentu serta tersebar dibagian atas dan sedikit berkumpul pada sumbu Y dengan demikian “tidak terjadi heterokedastisitas” pada model regresi ini.

### Uji Pengaruh

#### 1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 9. Regresi Linear Berganda**

Model	a	X1	X2
<b>Beta</b>	2,309	0,135	0,751

Sumber:Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan data tabel uji regresi linear berganda diatas, dapat dipahami bahwa model persamaan regresinya adalah :

$$Y = 2,309 + 0,135 X1 + 0,751 X2$$

Keterangan.

Y = Kepuasan Penumpang

X1 = Kualitas Pelayanan *Customer Service*

X2 = Harga Tiket

Interpretasi model :

- Konstanta (a) = 2,309, menunjukkan harga konstan, jika nilai variabel bebas/independen = 0, maka Kepuasan Penumpang (Y) akan sebesar 2,309
- Variabel X1 sebesar 0,135 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang (Y). Dengan kata lain, jika variabel keputusan pembelian ditingkatkan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat 0,135
- Variabel X2 sebesar 0,751 menunjukkan bahwa variabel Harga Tiket (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Penumpang (Y), dengan kata lain, jika variabel Harga Tiket ditingkatkan sebesar satu satuan maka Kepuasan Penumpang akan meningkat sebesar 0,751

## Uji Hipotesis

### 1. Uji T (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan bantuan komputer program SPSS. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *signficane level* tarafnya nyata 0,05. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS maka diperoleh hasil uji statistik t sebagai berikut:

**Tabel 4. 13 Uji T**

<b>Model</b>	<b>X1</b>	<b>X2</b>
<b>T</b>	2,029	8,800
<b>Sig.</b>	0,045	<0,001
<b>Kriteria</b>	<0,05	<0,05
<b>Informasi</b>	<b>H1 diterima</b>	<b>H2 diterima</b>

Sumber:Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel uji t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Penumpang diperoleh nilai t hitung sebesar 2,029 dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,045 < 0,05$ . Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. Pengaruh Harga Tiket (X2) terhadap Kepuasan Penumpang (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 8,800 dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang.

## 2. Uji F (Simultan)

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (dependen) dan sekaligus juga untuk menguji hipotesis kedua. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significance* level taraf nyata 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

**Tabel 4. 14 Uji F**

Model	F hitung	Kriteria Sig.	Nilai Sig.	Keterangan
Regresi	118,014	0,05	<0,001	H3 diterima

Sumber:Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan data tabel pada uji F diatas dapat dipahami bahwa didapati nilai F hitung 118,014 dengan probabilitas signifikan  $0,001 < 0,05$ , sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang.

## 3. Koefisien Determinasi

Koefisiensi Determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 <sup>a</sup>	.709	.703	1.37343

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket, Kualitas Pelayanan

**Gambar 2. Koefisien Determinasi**

Sumber:Data diolah SPSS (2023)

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,709 hasil ini memiliki arti bahwa 70,9% variabel Kepuasan Penumpang (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga Tiket (X2) sedangkan sisanya sebesar 29,1% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Penumpang

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* (X1) terhadap Kepuasan Penumpang diperoleh nilai t hitung sebesar 2,029 dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,045 < 0,05$ . Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan

bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Penumpang pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang.

Nilai  $t$  hitung sebesar 2,029 menunjukkan angka positif yang artinya bahwa kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. Ketika kualitas pelayanan *customer service* semakin baik maka kepuasan penumpang akan semakin meningkat, sedangkan apabila kualitas pelayanan *customer service* semakin menurun atau semakin buruk maka kepuasan penumpang juga semakin menurun. Hasil penelitian ini mendukung peneliti sebelumnya oleh Reanza (2021) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

## **2. Pengaruh Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang**

Dari tabel uji- $t$  diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Harga Tiket ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Penumpang ( $Y$ ) diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 8,800 sementara  $t$  tabel 1,984 dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  atau  $t$  hitung  $8,800 > t$  tabel 1,984. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang.

Nilai  $t$  hitung sebesar 8,800 menunjukkan angka positif yang artinya bahwa harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. Maksud dari pengaruh positif karena ketika harga tiket terjangkau maka minat pembelian terhadap tiket semakin tinggi sesuai dengan pertanyaan di kuesioner yang ada. Kemudian jika harga tiket mahal maka minat pembelian terhadap tiket semakin berkurang atau menurun. Hasil penelitian ini mendukung peneliti sebelumnya oleh Almuthahar (2022) yang menemukan bahwa harga tiket berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang.

## **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang**

Hasil temuan penelitian bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang. Berdasarkan data tabel pada uji  $F$  diatas dapat dipahami bahwa didapati nilai  $F$  hitung 118,014 dengan probabilitas signifikan  $0,001 < 0,05$ , sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan *Customer Service* dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang.

Nilai  $f$  hitung sebesar 118,014 menunjukkan angka positif yang artinya bahwa kualitas pelayanan *customer service* dan harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang maskapai Batik Air di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. Apabila kualitas pelayanan *customer service* nya baik dan harga yang diberikan terjangkau maka semakin tinggi minat menggunakan nya dan penumpang merasakan kepuasan dalam menggunakan jasa penerbangan Batik Air ini. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,709 (70,9%) hasil ini memiliki arti bahwa variabel kualitas pelayanan *customer service* dan harga tiket cukup tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan penumpang kemudian 29,1% nya dipengaruhi oleh variabel lain.

Variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan penumpang adalah kualitas pelayanan petugas *check in counter* (Pratiwi, 2020).

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

1. Secara parsial dapat penulis simpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air Di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. Semakin baik tingkat kualitas pelayanan customer service maka akan semakin tinggi juga kepuasan penumpang maskapai Batik Air.
2. Secara parsial dapat penulis simpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air Di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. Semakin terjangkau harga tiket yang ditawarkan oleh maskapai Batik Air maka semakin tinggi tingkat kepuasan penumpang nya.
3. Secara simultan dapat penulis simpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan Customer Service dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Batik Air Di Bandar Udara Abdulrachman Saleh Malang. Semakin baik tingkat kualitas pelayanan customer service dan semakin terjangkau harga yang ditawarkan oleh maskapai Batik Air maka semakin tinggi juga kepuasan penumpang nya.

### **Saran**

1. Sebaiknya maskapai Batik Air terus meningkatkan kualitas pelayanan nya terlebih dalam hal kehandalan nya seperti kinerja nya harus tepat waktu, memiliki rasa simpati yang tinggi terhadap penumpang agar penumpang merasa aman dan nyaman ketika menggunakan maskapai Batik Air dan menjadikan suatu kebanggaan bagi maskapai Batik Air sendiri.
2. Sebaiknya maskapai Batik Air menawarkan harga yang sedikit lebih murah dibandingkan dengan pesaing agar dapat meningkatkan minat penumpang untuk menggunakan maskapai Batik Air dalam melakukan penerbangan.
3. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya untuk dapat mengembangkan pembahasan yang terdapat pada penelitian ini tentunya dengan menyesuaikan waktu, kebutuhan dan teknologi dimasa yang akan datang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, Tutik., (2008). Pelayanan Reservasi Sistem On Line Tiket Pesawat Domestik Lion Air di PT. Electra Duta Wisata. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Herliyana. (2013). Pengaruh Harga Tiket Online dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Pesawat Terbang Lion Air. *Skripsi*. Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Semarang: Semarang.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran (Ketigabelah). Erlangga.

- Mayasari, Arif. (2011). Sistem Resrvation dan Ticketing PT Sriwijaya Air Distrik Solo, Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Renza, Lea. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Citilink selama Masa Pandemi Coid-19 Di Kota Medan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Medan.
- Ridho, Muhamad. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Lion Air di Indonesia (rute : Penerbangan Pontianak-Yogyakarta). *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan, Vol 4, No. 2*. Diploma IV Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan, Yogyakarta.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 3(1)*, 5–21.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis, 1(6)*, 755–764.
- Sugiyono, Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.
- Sugiyono, Sugiyoni. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sunart, A., & Aliyyah, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis, 51(2)*, 1–7.
- Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Service, Quality Satisfaction. Andi Offset.Kotler.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andi Offset.
- Wicaksono, T. (2017). pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada upik futsal banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Manajemen, 1(2)*, 40– 55.