

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETERLAMBATAN PENERBANGAN, DAN  
MANAJEMEN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. BATIK AIR DI  
BANDARA JUANDA SURABAYA**

**DR. HJ. SRI RAHAYU SE, MM**

**RANITA QUMAYROFIQOH**

Program Studi Manajemen STIE Mahardhika Surabaya

Email:

rahayu.mahardhika@gmail.com

ranitahez@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan, keterlambatan penerbangan, dan manajemen waktu secara parsial terhadap kepuasan pelanggan BATIK AIR. Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian studi kasus, dengan populasi seluruh pelanggan BATIK AIR dengan sampel sebanyak 100 penumpang yang menggunakan penerbangan BATIK AIR. Teknik analisis yang digunakan adalah uji regresi linear berganda, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan keterlambatan penerbangan, dan manajemen waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. (2) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan keterlambatan penerbangan, dan manajemen waktu secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, keterlambatan penerbangan, manajemen waktu, kepuasan pelanggan.

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of service quality, flight delays, and time management partially on customer satisfaction BATIK AIR. This research is categorized in a case study research, with a population of all BATIK AIR customers with a sample of 100 passengers using BATIK AIR flights. The analysis technique used is multiple linear regression test, and t test. The results showed that (1) Service quality has a negative effect on customer satisfaction, while flight delays and time management have a positive effect on customer satisfaction. (2) Service quality partially has a negative effect on customer satisfaction, while flight delays and time management have a partially positive effect on customer satisfaction.

*Keywords: service quality, flight delays, flight delays, time management, customer satisfaction.*

**PENDAHULUAN**

Pembangunan sektor transportasi diarahkan pada terwujudnya sistem transportasi nasional yang handal, berkemampuan tinggi dan diselenggarakan secara efektif dan efisien dalam menunjang dan sekaligus menggerakkan dinamika pembangunan. Mendukung mobilitas manusia, barang serta jasa, mendukung pola distribusi nasional serta

mendukung pengembangan wilayah dan peningkatan hubungan internasional yang lebih memantapkan perkembangan kehidupan berbangsa dan bernegara dalam rangka perwujudan wawasan nusantara.

Di Indonesia terdapat 18 maskapai penerbangan yang hilir mudik beroperasi sampai dengan tahun 2019 saat ini, diantaranya adalah: Garuda Indonesia, Citilink, Lion Air, Wings Air, Batik Air, Malindo Airways, Air Asia Indonesia, Kalstar Aviation, Trans Nusa Air, Trigana Air, Xpress Air, Aviastar, Cathay Pasific, Sriwijaya Air, Nam Air, Susi Air, China Airlines, Jetstar Air.

Namun dari keseluruhan maskapai tersebut yang mampu melayani penerbangan untuk angkutan penumpang tidak secara keseluruhan yaitu antara lain Garuda Indonesia, Citilink, Lion Air, Wings Air, Batik Air, Air Asia Indonesia, Sriwijaya Air, Kalstar Aviation. Diluar maskapai tersebut maka fungsinya adalah sebagai angkutan barang. Pelayanan umum yang menyangkut dengan pelayanan tiketing komplain dan bantuan lainnya selalu tersedia pada bandara-bandara baik kecil maupun besar, serta juga terdapat dimall-mall yang tersebar di Indonesia.

Sedangkan untuk agen-agen tiket semuanya menggunakan system pelayanan *online*. Peneliti yang juga karyawan di perusahaan penerbangan telah memiliki pengalaman yang sangat berharga terhadap proses-proses pemberian layanan untuk mencapai kepuasan pelanggannya, hal ini dibuktikan dengan masa kerja peneliti di bisnis penerbangan ini yang tergolong baru, yaitu di Batik Air sekitar 2 tahun lebih, dengan pengalaman selama 2 tahun lebih tersebut sangatlah patut jika peneliti mengambil konsep penelitian berkaitan dengan proses pelayanan dan pengukuran kepuasan pelanggan jasa penerbangan.

Ketika Batik Air dilahirkan pada bulan 3 Mei 2013 dan mulai beroperasi, Direktorat Jendral Perhubungan Udara Kementerian Perhubungan memberikan gelar kepada Batik Air sebagai maskapai yang paling tepat waktu. Indikatornya persentase ketepatan waktunya berada di angka 88,59 persen dari 5.344 penerbangan. Sedangkan Garuda Indonesia berada di posisi kedua dengan persentase angka 84,05 persen dari 168.374 penerbangan.

Disusul oleh Sriwijaya Air yang berada di peringkat ketiga dengan angka presentase 80,94 dari 71.903 penerbangan. Ketepatan waktu terbang ini memiliki pengaruh dampak signifikan terhadap kelancaran pelayanan. Tidak hanya baik untuk perusahaan penerbangan, namun juga menjadi nilai tambah untuk operator bandar udara.

Dengan mengusung tema batik, maskapai penerbangan baru anak usaha Lion Group ini menargetkan penerbangan kelas menengah kelas atas. Hal tersebut tercermin dengan berbagai fasilitas yang telah disediakan, seperti TV dengan teknologi layar sentuh tiap kursi penumpang, makanan ringan, serta dimensi kursi yang nyaman (32” untuk kelas ekonomi dan 45” untuk kelas bisnis). Tak ketinggalan, atas dasar alasan untuk kalangan menengah ke atas serta berbagai kelengkapan inilah mengapa Batik Air menjadi maskapai penerbangan yang tiketnya paling mahal untuk perusahaan Lion Group.

Sebagai pesawat yang *Full Service* serta kelompok LCC (*Low Cost Carriers*) Batik Air dalam mengoperasikan pesawat udara harus dilaksanakan sesuai dengan jadwal penerbangan yang telah ditentukan secara cepat dan teratur serta sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh penumpang. Hal tersebut sangat diperlukan untuk menjamin kepuasan penumpang dan citra perusahaan penerbangan sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Dengan slogan “We make people Fly” maka kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi *reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan layanan), *assurance* (kemampuan memberikan jaminan layanan), *emphaty* (kemampuan dalam memahami keinginan Pengunjung), dan *tangibles* (tampilan fisik layanan). Maka target untuk tidak mengalami delay bagi pelanggan harus juga menjadi salah satu bentuk pelayanannya.

Fenomena yang terjadi berkaitan dengan tingkat keterisian (*Load Factor*) Batik Air mangalahkan alias lebih tinggi dibanding Badan Usaha Milik Negara, yakni Garuda Indonesia pada awal kemunculannya. Tingkat keterisian kursi maskapai tersebut hanya

74,5 persen di tiga bulan pertama tahun 2016. Angka tersebut naik 1,7 persen dibanding periode yang sama tahun lalu. Selama 2013, *load factor* Garuda mencapai 75,9 persen. Kondisi yang dimiliki menjadi sangat perlu penelitian untuk melihat persepsi dari pelanggan, konsep-konsep apa yang diinginkan pelanggan berkaitan dengan kepuasannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa penerbangan Batik Air dan untuk tahun 2019 ini sangat perlu dikaji kembali dengan menggunakan faktor-faktor atau dimensi-dimensi kualitas pelayanan (*Service Quality*).

### **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya?
2. Apakah keterlambatan penerbangan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya?
3. Apakah manajemen waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
2. Untuk menguji pengaruh positif signifikan keterlambatan waktu terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
3. Untuk menguji pengaruh positif signifikan manajemen waktu terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.

### **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa institusi sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan atau perbandingan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang terkait dengan kualitas pelayanan PT. Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
2. Sebagai referensi untuk menambah informasi yang dapat menambah pengetahuan pembaca dalam kualitas pelayanan, keterlambatan waktu, dan manajemen waktu terhadap kepuasan pelanggan handphone yang diberikan oleh PT. Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Buchari Alma (2014:282) menjelaskan tentang kualitas pelayanan sebagai berikut sebuah perusahaan jasa pelayanan harus menjaga kualitas pelayanan yang ditawarkan harus berada diatas saingan dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:198) terdapat 5 dimensi kualitas layanan yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*).
2. Empati (*Emphaty*).
3. Keandalan (*Reliability*).
4. Daya tanggap (*Responsiveness*).
5. Jaminan (*Assurance*).

## Keterlambatan Penerbangan

Menurut Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 89 Tahun 2015 tentang Penanganan Keterlambatan Penerbangan (*Delay Management*) pada Badan Usaha Angkutan Udara Niaga Berjadwal di Indonesia, istilah “teknis operasional” mengandung arti faktor yang disebabkan oleh kondisi bandar udara pada saat keberangkatan atau kedatangan.

Jenis-jenis keterlambatan penerbangan dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 89 Tahun 2015 Penanganan Keterlambatan Penerbangan (*DelayManagement*) Pada Badan Usaha Angkutan Udara Niaga Berjadwal di Indonesia (“Permenhub 89/2015”). Keterlambatan penerbangan terdiri dari:

1. Keterlambatan penerbangan (*flight delayed*).
2. Tidak terangkutnya penumpang dengan alasan kapasitas pesawat udara (*denied boarding passenger*).
3. Pembatalan penerbangan (*cancellation of flight*) adalah tidak beroperasinya suatu penerbangan sesuai rencana penerbangan yang telah ditentukan.

## Manajemen Waktu

Menurut Atkinson Manajemen waktu didefinisikan sebagai suatu jenis ketrampilan yang berkaitan dengan segala bentuk upaya dan tindakan seorang individu yang dilakukan secara terencana agar individu tersebut dapat memanfaatkan waktunya dengan sebaik – baiknya.

Dalam kata-kata Drucker dalam Timpe (2002:10) mengatakan “Waktu adalah sumber yang paling langka dan jika itu tidak dapat dikelola, maka hal lainpun tidak dapat dikelola”. Maksudnya adalah untuk mempelajari aspek manusia dari perubahan sikap menuju pengelolaan lebih baik dari sumber waktu yang berharga.

Konsep manajemen waktu yang paling umum adalah *time on task* (waktu mengerjakan tugas) atau *engaged time* (waktu efektif dalam pembelajaran), pembagian waktu pembelajaran yang lain adalah:

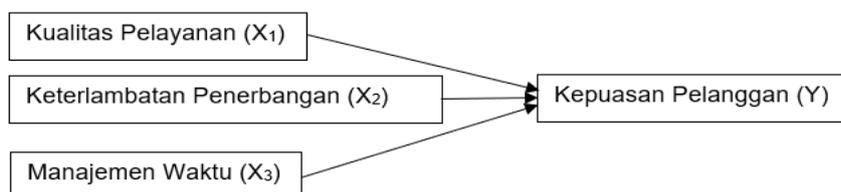
1. *Available Time* (waktu yang tersedia).
2. *Allocated Time* (waktu dialokasikan dalam aktifitas penerbangan).
3. *Engaged Time* (waktu efektif dalam penerbangan).
4. *Academic Learning Time* (waktu efektif perhari yang dimanfaatkan dalam kegiatan penerbangan).

## Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014:149), pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode survei dapat dilakukan dengan berbagai cara, yang dapat memberikan kontribusi sangat penting dalam mendapatkan data yang akurat sehingga dapat diuji kevalidannya, dengan indikator:

1. Mutu Produk atau Jasa
2. Mutu Pelayanan
3. Harga
4. Waktu Penyerahan

## KERANGKA KONSEPTUAL



## HIPOTESIS

Berdasarkan kajian teori dan model penelitian maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.  
H2 : Keterlambatan penerbangan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.  
H3 : Manajemen waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Populasi menunjukkan sebuah perkumpulan secara keseluruhan orang, acara atau ketertarikan terhadap sesuatu yang spesifik sehingga penulis dapat melakukan sebuah penelitian yang ingin diteliti. Populasi merupakan sekumpulan orang, kejadian atau ketertarikan terhadap sesuatu agar peneliti dapat menarik kesimpulan (Roscoe, 1975 yang dikutip Uma Sekaran,2006).

Populasi yang besar akan menyulitkan peneliti untuk dilakukan peneliti jika harus meneliti seluruh elemen populasi, untuk itulah dilakukan penelitian terhadap sebagian elemen untuk dapat di jadikan contoh yang akan mewakili populasi. Pengambilan contoh atau sampel disebut dengan sampling. Penelitian ini memilih populasi melalui penumpang di bandara Juanda Surabaya bulan Oktober 2019.

Pada penelitian ini, Sampel merupakan bagian yang lebih kecil dibanding dengan populasi. Di dalam sampel mengandung komponen dari populasi. Dalam kata lain, sebagian, namun tidak semua elemen membentuk sampel. Sampel merupakan turunan yang masih dalam bagian dari populasi.

Dengan mempelajari sampel, peneliti bisa menarik kesimpulan yang dapat mewakili ketertarikan dalam sebuah populasi (Roscoe, 1975 yang dikutip Uma Sekaran,2006). Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representatif* (mewakili).”

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua penumpang penerbangan di bandara Juanda Surabaya bulan Oktober 2019 berjumlah kurang lebih 4.200 orang, sedangkan sampel adalah jumlah responden yang ada didalam sebuah populasi. Sampel yang diambil penelitian ini adalah 100 responden. Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada (Roscoe, Sekaran,2006) menyatakan bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

### **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik sampling yang dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability sampling* dan *Nonprobability sampling*.

Pada penelitian ini, desain pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling*. Karena dengan *Nonprobability sampling* dapat memberikan informasi yang sangat berguna dalam sebuah populasi.

*Nonprobability sampling* dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgment sampling*, dan *quota sampling*. Sesuai dengan penelitian ini, maka penulis akan menggunakan *purposive sampling* sesuai dengan yang akan dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian ini (Sekaran,2006).

*Purposive sampling* adalah pengambilan sampel terbatas pada kelompok sasaran spesifik. Pengambilan sampel dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, entah karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran,2006).

Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

1. Penumpang di Bandara Juanda Surabaya.
2. Penumpang Batik Air di bandara Juanda Surabaya pada bulan Oktober 2019.
3. Penumpang yang berusia 17-45 tahun

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, penulisan analisis kuantitatif menggunakan pertanyaan dan skor sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju)	=	5
S (Setuju)	=	4
N (Netral)	=	3
TS (Tidak Setuju)	=	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	=	1

## SUMBER DATA

Untuk menyusun suatu karya ilmiah diperlukan data, baik berupa data primer maupun sekunder, berikut penjelasan data primer dan sekunder:

### 1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden. Data ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi langsung melalui penyebaran kuisisioner, yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan. Atau menggunakan *google form* yang dapat di sebarakan melalui *social media*. Dalam penelitian inidata diperoleh langsung dari konsumen penumpang Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.

### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyama data sekunder adalah data yang dikumpulkan padapihak lain yang mana data tersebut mereka jadikan sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri. Atau dengan kata lain data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui media perantara. Seperti buku-buku literatur, majalah, Koran, atau langsung dari website Batik Air dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Tentang Perusahaan

Batik Air adalah maskapai penerbangan swasta terbaru Indonesia yang didirikan pada tahun 2013. Maskapai ini merupakan anak perusahaan Lion Air yang berlayanan penuh. Penerbangan perdana dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 3 Mei 2013 dari Jakarta ke Manado. Persaingan dalam dunia penerbangan di Indonesia pada tahun ini akan diramaikan dengan maskapai penerbangan yang baru yaitu maskapai Batik Air, bertujuan untuk memperkenalkan lebih luas Batik kepada dunia.

Sebagai perusahaan yang sadar akan kebutuhan masyarakat, maka maskapai Batik Air ini dengan jeli melihat bahwa pertumbuhan perekonomian masyarakat Indonesia cukup meningkat, oleh karena itu mereka dengan yakin menciptakan maskapai yang ditujukan bagi masyarakat kelas menengah ke atas yang dimonopoli cukup lama oleh Garuda Airline. Bahwa perjanjian kontrak tersebut merupakan salah satu penyelamat ekonomi negara mode tersebut, dan perwakilan dari Lion Air pada waktu itu disambut meriah oleh pemimpin Boeing. Dan henatnya lagi presiden Perancis pun menyambut dan menjamu perwakilan dari Indonesia tersebut dengan hangat, ini disebabkan karena perjanjian tersebut merupakan perjanjian yang sangat besar dalam sejarah pemesanan armada dari Boeing.

Untuk pelayanan perdananya Maskapai Batik Air akan meluncurkan Boeing 737-900ER. Dimana didalam pesawat tersebut akan tersedia dua belas kursi untuk kelas bisnis yang memiliki luas kursi 42 inchi. Sedangkan bagi kelas ekonomi akan tersedia sejumlah 168 kursi yang memiliki ukuran 32 inchi, dan hebatnya lagi semua kursi dipesawat tersebut dipasang TV LC, dengan fasilitas yang hampir sama dengan pesawat premium di Indonesia. Maskapai Batik Air ini akan menerapkan harga yang lebih murah. Mulai dengan harga sekitar 800 ribuan kita akan dimanjakan dengan fasilitas hiburan, penawaran minuman dan makanan gratis, tempat duduk yang lumayan dan armada yang terbaru. Dengan fasilitas tersebut mungkin kita bisa cek sendiri harga yang ditawarkan oleh perusahaan yang lain yaitu harga ekonomi dimulai dengan kisaran harga satu jutaan.

Pertama dari design exterior pesawat itu sendiri, dengan menyandang nama Batik Air perusahaan ini dengan tampil beda men-cat pesawat mereka dengan corak batik, zaman sekarang tampil beda merupakan suatu keharusan dimana juga untuk menarik perhatian dari khalayak umum. Dan langkah ini sungguh tepat dimana sampai saat ini belum ada pesawat di dunia yang berani men-cat pesawat mereka seramai Batik Air ini. Tidak saja badan pesawat mereka yang unik, namun seragam dari para crew nya pun akan segar di mata, Direktur Umum Lion Air Edward Sirait mengatakan bahwa para crew mereka akan menggunakan atasan kebaya berwarna putih dan bawahnya akan menggunakan kain batik. Bayangkan jika pesawat mereka akan mengexpansi pasar laur negeri, secara tidak langsung mereka akan memperkenalkan secara dekat mengenai batik kepada masyarakat mancanegara.

### **Standard Operating Procedure (SOP) Batik Air**

SOP yang diterapkan Batik Air dalam proses pelayanan dapat dilihat dalam sistem yang tertata sebagai berikut ini:

#### **1. Kebijakan Perusahaan (Company Policy):**

Keselamatan adalah prioritas utama dan sangat baik dijadikan sebagai sumber keunggulan bersaing di dalam menjalankan sebuah kegiatan usaha. Tujuan keselamatan yang utama adalah pengelolaan bahaya yang dapat diidentifikasi dengan segala resiko yang terkait dengan itu, langkah proaktif yang bertujuan untuk menghilangkan potensi bahaya yang dapat mempengaruhi keselamatan, menimbulkan cedera terhadap karyawan dan kerusakan lingkungan akibat dari kecelakaan atau kejadian sampai pada tingkat resiko yang paling rendah. Dalam rangka untuk mencapai kinerja dan standard keselamatan tertinggi:

- a. Pelaksanaan kegiatan operational diseluruh unit kerja dan wilayah operational dikerjakan sejalan dengan memenuhi persyaratan standard keselamatan yang tercantum dalam *Air Operational Certificate* yang berlaku.
- b. Memastikan bahwa setiap karyawan telah mendapatkan informasi keselamatan, pelatihan, memenuhi kompetensi dan kelengkapan yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan, serta memastikan ketersediaan personil yang terlatih dan handal untuk menjalankan kebijakan dan strategi keselamatan ini.
- c. Pengembangan budaya pelaporan yang melibatkan seluruh personil. Menciptakan budaya yang mengedepankan faktor manusia (*Human Factor*) dan dengan kebijakan *Non Punitive* (dapat memberikan informasi apapun tanpa merasa takut akan dikenai hukuman).
- d. Membentuk kerangka kerja Sistem Manajemen Keselamatan.
- e. Menjelaskan secara jelas akuntabilitas, tanggung jawab dan keselamatan yang sama untuk berpartisipasi di dalam pengembangan, prosedur dan pelaksanaan standart keselamatan, dimulai dari manajemen sampai dengan karyawan yang paling bawah.
- f. Membentuk dan selalu meningkatkan kinerja keselamatan yang tinggi dengan menggunakan indikator yang terukur dengan tujuan atau sasaran yang realistis dan setiap karyawan memahami target yang ingin dicapai.
- g. Evaluasi dan meninjau Kebijakan Keselamatan dilakukan minimal dua kali dalam setahun sebagai bagian dari proses manajemen untuk menjaga relevansi kegiatan.

#### **2. Penampilan Pegawai**

Penampilan pegawai diatur oleh SOP yang telah disepakati oleh LION GROUP, sehingga kebijakan ini mengatur hal-hal sebagai berikut:

- a. Tatanan Rambut:
  1. Pria : Rambut, jenggot dan kumis harus selalu dalam keadaan rapi,
  2. Wanita : Yang berambut panjang harus dicepol
- b. Sepatu:
  1. Tidak diperkenankan mengenakan sepatu olahraga atau sandal.
  2. Sepatu harus selalu dalam keadaan disemir warna hitam.
  3. Kaos kaki yang dikenakan harus sesuai dengan warna seragam.

- c. Penampilan:
  - 1. Pemakaian baju seragam/uniform harus rapi (ujung baju dimasukkan ke dalam celana).
  - 2. Karyawan wanita harus mengenakan rias wajah (boleh tipis asalkan tidak polos).
- d. Kelengkapan seragam (*uniform*):
  - 1. Seragam Dinas
  - 2. ID Card
  - 3. Pas Bandara
  - 4. Papan nama karyawan
  - 5. Bar/Tanda pangkat wajib digunakan selama menjalankan tugas
- e. Ketentuan Kepagawaian:
  - 1. Menandatangani ikatan kerja waktu tertentu.
  - 2. Besarnya gaji ditentukan oleh peraturan perusahaan
  - 3. Gaji dibayarkan melalui transfer Bank
  - 4. Mengikuti kepersetaan program JKN

### **3. Customer care**

Perlu adanya kesadaran bahwa pelayanan terhadap pelanggan merupakan yang harus dijalankan dan diterapkan oleh semua PT. LION GROUP baik dari pimpinan maupun bawahan. Untuk meningkatkan pengetahuan kepada karyawan, PT. LION GROUP mengadakan berbagai program training mengenai pelayanan (*services excellent training*). Manfaat berfokus pada pelanggan adalah untuk meningkatkan kualitas layanan dan mengurangi complain.

#### a. Fokus Pelanggan:

- 1. Menjadikan *service* yang diberikan berbeda dengan perusahaan lain.
- 2. Memperbaiki citra/image di mata pelanggan.
- 3. Menimilkan faktor sensitivitas harga (harga tidak mempengaruhi minat pelanggan untuk tetap membeli).
- 4. Meningkatkan kepuasan dan mempertahankan pelanggan.
- 5. Memastikan produk atau jasa yang diberikan tepat sasaran.
- 6. Meningkatkan produktifitas.
- 7. Mendorong partisipasi karyawan.
- 8. Menciptakan reputasi sebagai perusahaan yang peduli dan berorientasi pada pelanggan.
- 9. Memperkokoh hubungan dengan pelanggan internal/karyawan.
- 10. Menyebabkan terjadi perbaikan pada operational perusahaan secara berkesinambungan.

#### b. Penanganan Keluhan:

- 1. Mendengarkan dengan baik

*Customer* yang sedang complain atau menyampaikan keluhan sangat berharap keluhannya didengar dan diberikan jalan keluar dari permasalahannya, itu sebabnya mereka akan sangat terpancing untuk marah ketika maslahannya tidak berjalan atau ditanggapi dengan baik.

- 2. Meminta maaf dan memberikan penjelasan

Siapkan kata maaf untuk menenangkan pelanggan, apalagi apabila kesalahan ada pada perusahaan anda. Minimalkan ucapan permintaan maaf atas ketidak nyamanan yang telah terjadi.

- 3. Menawarkan alternative solusi.

Lebih baik petugas *customer service* ketika sedang menerima complain jangan pernah mengatakan “tidak tahu”, “tidak bisa”, atau “*oniprocedure*”. Tanpa memberikan *alternative* jalan keluar. Sesulit apapun keluhan yangy masuk, petugas harus bisa “putar otak” untuk mencarikan solusi yang tidak menyalahi prosedur yang ada pada perusahaan.

#### 4. Reservation and Ticketing

Adalah tempat atau counter yang melayani transaksi calon penumpang dalam melakukan pemesanan, pembelian, perubahan serta tempat pengembalian uang pembelian tiket (*refund tiket*) apabila calon penumpang ingin melakukan pembatalan penerbangan.

a. Tugas dan Tanggung Jawab:

1. Memberikan pelayanan yang baik kepada penumpang yang akan melakukan pemesanan dan pembelian tiket.
2. Memberikan pelayanan yang baik kepada penumpang yang akan melakukan perubahan jadwal penerbangan, *up grade* serta *issued* (pembuatan tiket).
3. Memberikan informasi yang jelas tentang jasa pelayanan kepada calon penumpang, yang ingin mengetahui: jadwal penerbangan, harga tiket pesawat dan serta ketersediaan tempat duduk (*seat available*) serta rute penerbangan yang ada.
4. Membuat laporan kegiatan *Ticketing and Reservation*.
5. Membuat laporan mengenai masalah yang terjadi (*Irregularities Handling*).

b. Pelaksanaan Tugas:

1. *Smile and Greeting*, ucapkan salam (Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam).
2. Tanyakan kepada penumpang tentang tujuan, tanggal keberangkatan.
3. Check kondisi pembukuan (*Flight and seat available*).
4. Mintalah tanda pengenal penumpang berupa KTP/Passport/SIM.
5. Mintalah No telephon (HP) yang bersangkutan dan Nomor telepon lainnya.
6. Setelah selesai membuat pembukuan (Reservasi) maka, bacakan kembali: Nama calon penumpang, Tanggal: Nomor Penerbangan, Jam keberangkatan serta kelas penerbangan. Jumlah harga ticket yang harus dibayar. Informasi lainnya (nama Airport time check in counter open dan closed).

## HASIL PENELITIAN

### Uji Validitas

Item Pertanyaan	R hitung	R. Tabel (df=n-2)	Keterangan
<b>Variabel Kualitas Pelayanan</b>			
1	0,511	0,197	Valid
2	0,905	0,197	Valid
3	0,912	0,197	Valid
4	0,861	0,197	Valid
5	0,736	0,197	Valid
<b>Variabel Keterlambatan Penerbangan</b>			
1	0,814	0,197	Valid
2	0,876	0,197	Valid
3	0,949	0,197	Valid
<b>Variabel Manajemen Waktu</b>			
1	0,778	0,197	Valid
2	0,876	0,197	Valid
3	0,871	0,197	Valid
4	0,743	0,197	Valid
<b>Variabel Kepuasan Pelanggan</b>			
1	0,903	0,197	Valid
2	0,905	0,197	Valid
3	0,774	0,197	Valid
4	0,808	0,197	Valid

### Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas variabel persepsi harga, inovasi produk, citra merek, dan kepuasan konsumen menunjukkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,197). Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam penelitian adalah valid, dan dapat dipergunakan untuk melakukan analisis selanjutnya.

## Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,854	5	Reliabel
Keterlambatan Penerbangan	0,850	3	Reliabel
Manajemen Waktu	0,830	4	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,864	4	Reliabel

Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu (Kurniawan,2014:102-106). Dalam uji reabilitas penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, dalam Instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data akan dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60

- Dapat dilihat dari tabel 4.3 didapatkan nilai *Cornbach's Alpha* 0,854 dari variabel kualitas pelayanan yang diuji nilainya lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dinyatakan reliabel.
- Dapat dilihat dari tabel 4.3 didapatkan nilai *Cornbach's Alpha* 0,850 dari variabel keterlambatan penerbangan yang diuji nilainya lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dinyatakan reliabel.
- Dapat dilihat dari tabel 4.3 didapatkan nilai *Cornbach's Alpha* 0,830 dari variabel manajemen waktu yang diuji nilainya lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dinyatakan reliabel.
- Dapat dilihat dari tabel 4.3 didapatkan nilai *Cornbach's Alpha* 0,864 dari variabel kepuasan pelanggan yang diuji nilainya lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dinyatakan reliabel.

## Analisis Data

### Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda ini untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen, dalam melakukan pengolahan uji regresi linier berganda ini menggunakan SPSS 25, hasilnya sebagai berikut:

Model		Coefficients		t	Sig.	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.221	2.311		5.287	.000
	Kualitas Pelayanan	-.597	.071	-.650	-8.412	.000
	Keterlambatan Penerbangan	.990	.126	.599	7.870	.000
	Manajemen Waktu	.180	.083	.154	2.155	.034

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel tersebut, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,221 - 0,597X_1 + 0,990X_2 + 0,180X_3 + 2,311$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda pada tabel 4.4 diatas dapat dijelaskan bahwa :

- a) nilai  $a$  sebesar 12,221 berarti jika  $X_1$  (kualitas pelayanan),  $X_2$  (keterlambatan penerbangan),  $X_3$  (manajemen waktu) bernilai 0, maka efisiensi kerja bernilai 12,221.
- b) Koefisien regresi dari variabel  $X_1$  (kualitas pelayanan) sebesar -0,597 menyatakan bahwa  $Y$  (kepuasan pelanggan) akan menurun sebesar -0,597 untuk setiap tambahan satu satuan  $X_1$  (kualitas pelayanan) dengan asumsi variabel lain konstan. Jadi apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan menurun -0,597, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh (-) negatif terhadap kepuasan pelanggan.
- c) Koefisien regresi dari variabel  $X_2$  (keterlambatan penerbangan) sebesar 0,990 menyatakan bahwa  $Y$  (kepuasan pelanggan) akan meningkat sebesar 0,990 untuk setiap tambahan satu satuan  $X_2$  (keterlambatan penerbangan) dengan asumsi variabel lain konstan. Jadi apabila keterlambatan penerbangan mengalami peningkatan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,990, yang berarti keterlambatan penerbangan berpengaruh (+) positif terhadap kepuasan pelanggan.
- d) Koefisien regresi dari variabel  $X_3$  (manajemen waktu) sebesar 0,180 menyatakan bahwa  $Y$  (kepuasan pelanggan) akan meningkat sebesar 0,180 untuk setiap tambahan satu satuan  $X_3$  (manajemen waktu) dengan asumsi variabel lain konstan. Jadi apabila manajemen waktu mengalami peningkatan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,180, yang berarti manajemen waktu berpengaruh (+) positif terhadap kepuasan pelanggan.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.826	1.211
	Keterlambatan Penerbangan	.850	1.176
	Manajemen Waktu	.966	1.035

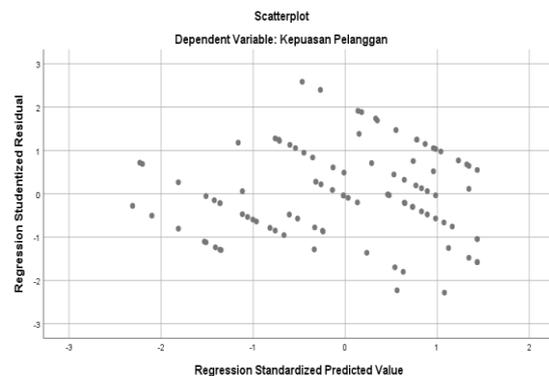
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji pada tabel untuk persepsi harga didapatkan output VIF hitung  $1,211 < 10,00$  dan *tolerance* hitung  $0,826 > 0,10$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, untuk keterlambatan penerbangan didapatkan output VIF hitung  $1,176 < 10,00$  dan *tolerance* hitung  $0,850 > 0,10$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, untuk manajemen waktu didapatkan output VIF hitung  $1,035 < 10,00$  dan *tolerance* hitung  $0,966 > 0,10$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari seluruh residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Berdasarkan pada gambar dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tersebar pada bagian atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas.



## Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Berdasarkan tabel dapat dilihat nilai uji normalitasnya adalah  $0,056 > 0,05$  dapat disimpulkan nilai probabilitas distribusi dari model regresi adalah normal.

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.88517249
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.038
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## Uji Hipotesis

### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 0,05. Adapun hasil dari uji t tersebut sebagai berikut:

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.221	2.311		5.287	.000
	Kualitas Pelayanan	-.597	.071	-.650	-8.412	.000
	Keterlambatan Penerbangan	.990	.126	.599	7.870	.000
	Manajemen Waktu	.180	.083	.154	2.155	.034

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

### 1. Pengujian Hipotesis Pertama ( $H_1$ )

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh  $X_1$  terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} -8,412 > t_{tabel} 1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang berarti terdapat pengaruh negatif  $X_1$  terhadap Y.

### 2. Pengujian Hipotesis Kedua ( $H_2$ )

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh  $X_2$  terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 7,870 > t_{tabel} 1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh positif  $X_2$  terhadap Y.

### 3. Pengujian Hipotesis Ketiga ( $H_3$ )

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh  $X_3$  terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,155 > t_{tabel} 1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh positif  $X_3$  terhadap Y.

## Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 <sup>a</sup>	.527	.512	1.91440

a. Predictors: (Constant), Manajemen Waktu, Keterlambatan Penerbangan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh angka  $R^2$  (R Square) sebesar 0,512 atau (51,2%), hal ini berarti persentase pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, keterlambatan penerbangan, manajemen waktu) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) adalah 51,2% sedangkan sisanya sebesar 48,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis pertama menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dari jawaban kuesioner yang diisi oleh responden, penumpang Batik Air merasakan suatu kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan nilai lebih dalam menggunakan jasa penerbangan Batik Air.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan temuan penelitian terdahulu Selvy, Srikandi, dan Andriani (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara keterlambatan penerbangan terhadap kepuasan pelanggan. Dari jawaban kuesioner yang diisi oleh responden, penumpang Batik Air merasakan suatu keterlambatan penerbangan yang baik dapat memberikan nilai lebih dalam menggunakan jasa penerbangan Batik Air.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian terdahulu Zebua, Rekalia C. (2017) yang menunjukkan bahwa keterlambatan penerbangan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara manajemen waktu terhadap kepuasan pelanggan. Dari jawaban kuesioner yang diisi oleh responden, penumpang Batik Air merasakan suatu manajemen waktu yang baik dapat memberikan nilai lebih dalam menggunakan jasa penerbangan Batik Air.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah didapat pada pengaruh Kualitas Pelayanan, Keterlambatan Penerbangan, Manajemen Waktu terhadap Kepuasan

Pelanggan PT Batik Air di Bandara Juanda Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan, Keterlambatan Penerbangan, Manajemen Waktu secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Batik Air dengan tingkat kesalahan 5%, karena dari hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  pada tingkat sig 0,000 maka dari itu bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan, keterlambatan penerbangan, manajemen waktu secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Batik Air.
2. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Batik Air, sedangkan keterlambatan penerbangan dan manajemen waktu berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Batik Air.
3. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,512 yang berarti ketiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, keterlambatan penerbangan, manajemen waktu(X) mampu menjelaskan 51,2% perubahan pada kepuasan pelanggan(Y), sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.

### Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, keterlambatan penerbangan, manajemen waktu pada Batik Air, adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Dari segi kualitas pelayanan, perusahaan dapat memberikan penawaran produk-produk dengan harga dan spesifikasi lebih yang baik dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat khususnya disini mahasiswa. Karena dengan menawarkan produk dengan harga dan spesifikasi yang lebih baik dengan harga yang terjangkau dapat meningkatkan minat pelanggan terhadap Batik Air.
2. Perlunya peningkatan inovasi dalam produk yang akan dipasarkan dapat menarik minat konsumen agar dapat menikmati fitur-fitur baru dan performa lebih baik yang dapat dirasakan dengan kemampuan yang tidak kalah oleh kompetitor-kompetitor yang ada.

Dari segi kualitas pelayanan, perusahaan diharapkan tetap memberikan kualitas dan daya tahan lebih baik supaya dapat memberikan feedback terbaik agar tidak kalah oleh kompetitor jasa penerbangan merek lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Atik, dan ratminto. (2005). *Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A, (1996). *Services Marketing*. Edisi1. Boston. MCGraw-Hill.
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A, (2003). *Services Marketing*. Edisi 3. Boston MCGraw-Hill.
- Cravens, W., & David. (2008). *Pemasaran Strategis*, cetakan 3, Jakarta: Erlangga.

- Dale, Timpe (2002). *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia Kinerja*, cetakan kelima, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dutka, Alan. (2008). *AMA Hand Book for Customer Satisfaction*. NTC Business Book,. Lincolnwood, Illinois.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Shidarta. (2018). *Keterlambatan dan pembatalan penerbangan*. diambil kembali dari bussiness-law: <https://business-law.binus.ac.id/2018/01/19>.
- Kotler, Philip. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kusaeri dan Suprananto. (2012). *Pengukuran dan Penilaian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Leman. (2007). *Memahami Adversity Quotient*. Anima (Indonesian Psychological Journal).
- Lavrova K. dan Levin A., 2006. *Burnout Syndrome: Prevention and Management. Handbook for workers of harm reduction programs*. Diunduh dari [http://www.hannreduction.orWru/images/stories/library/burnout\\_syndrome\\_06\\_en.pdf](http://www.hannreduction.orWru/images/stories/library/burnout_syndrome_06_en.pdf).
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen*. dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ravitaningrum, A. S. (2018). *Penelitian Analisis kualitas pelayanan pada maskapai penerbangan Lion Air di Yogyakarta*.
- Ridwanullah. (2016). *Penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan jasa penerbangan dengan kepuasan sebagai variabel moderating PT. LION mentari Airlines*.
- Roscoe. (1975), dikutip dari Uma Sekaran. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sallis, Edward. (1993), dikutip dari Hidayati. (2015). *Total Quality Management in Education*. London: Philadelphia.
- Santoso, Singgih. (2012). *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Selvy, N., Srikandi, K., & Andriani K. (2013). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 6, No. 2, Desember 2013, 1-9
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Sunyoto, Danang. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

- Tri, U. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek*.
- Wardani, T. u. (2017). *Penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek*. Sumatera Utara: Tri ulfa wardani.
- Wawan, Kuswandi. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Wyckof. (2014). *Komponen dan Dimensi Kualitas Jasa*. Dalam F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (hal. 268). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yoeti. (2014). *Perilaku pelanggan terhadap kepuasan dan ketidakpuasan*. manajemen.
- Yoeti, Oka A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita: Jakarta.