

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA KARGO MASKAPAI CITILINK BANDAR UDARA HASAN SAMPIT

Rahmat Rinaldy¹ & Zenita Kurniasari²

Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta^{1,2}
Email: rahmatrinaldy32@gmail.com¹ & zoenita@gmail.com²

Abstrak

Kualitas layanan dan harga adalah ukuran tingkat layanan yang diterima dan diharapkan oleh konsumen. Penelitian ini untuk melihat apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink. Penelitian ini menguji hubungan antara dua variabel independent, kualitas layanan dan harga, dengan satu variabel dependent, kepuasan. Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Sumber data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuisioner offline yang didistribusikan kepada pengguna jasa kargo maskapai Citilink sebanyak 65 responden dan data sekunder berupa dokumen, buku, dan jurnal, sebagai data pendukung dan pelengkap penulisan penelitian ini dengan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t dan ujif serta koefisien determinan. Hasil penelitian menjelaskan apabila indikator ini sifatnya valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heterokedastisitas dan multikolineritas. Pada uji hipotesis, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan. Dan pengujian hipotesis penetapan harga berpengaruh besar terhadap kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink. Hasil uji determinan yaitu 0,248 yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh 24,8% terhadap kepuasan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Harga dan kepuasan

Abstract

Quality of service and Price is a from of consumer assessment of the level of service received and expected. This study aims to determine whether there is an effect of service quality and price on customer satisfaction with Citilink Airline Cargo Services. This study uses two independent variables, namely service quality and price with one dependent variabel, namely satisfaction. This research uses quantitative methods. Sources of primary data were obtained by distributing offline questionnaires distributed offline questionnaires distributed to users of Citilink Airline Cargo services as many as 65 respondents and secondary data in the from of documents, books, and journals, as supporting data and caompleting this research writing with validity and rea;ibility tests, classical assumption test, regression analysis multiple, t test and f test as well as the determinant coefficient. According to the findings of this research, these indicators are genuine and dependable. In the traditional assumption test, the data are normally distributed, heteroscedasticity and multicollinearity are absent, and there is no evidence of heteroscedasticity. The pricing hypothesis test has a substantial influence on customer satisfaction with Citilink Airline Cargo Service, however the service quality hypothesis test has no effect. The outcome of the determinant test is 0.248, which indicates that service quality and pricing have a 24.8% impact on satisfaction.

Keywords: service quality, price and satisfaction.



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Industri angkutan muatan Indonesia merupakan salah satu titik penopang perekonomian bangsa yang

signifikan. Kemampuan bisnis angkutan barang yang terus berkembang membuka peluang yang cukup besar bagi industry ini. Banyaknya belanja secara online yang

dilakukan oleh masyarakat selama pandemi covid-19 membuat pengiriman barang via udara mengalami peningkatan. Hal ini juga diungkapkan oleh Ketua Umum INACA 2021. Bahwa pada tahun 2019 yang tidak mengalami pandemi 481.180 ton. Pada tahun 2020 kargo udara mengalami penurunan menjadi 436.049 ton, dan pada tahun 2021 jumlah kargo yang dilayani meningkat hingga 445.049 ton. (Prawiratmadja, 2021).

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa kargo adalah anak dari perusahaan Garuda Indonesia yaitu Citilink. Citilink sudah menjadi maskapai yang tercepat berkembang di Indonesia sejak 2011 dengan tujuan segment budget traveler. Sebagai bukti keberhasilan maskapai Citilink pada tahun 2017 Top IT Implementation Airlines Sector dari kementerian komunikasi perhubungan dan pada 2018 mendapatkan akreditasi bintang empat dari badan pemeringkat industri aviasi dunia, SKYTRAX berturut-turut selama dua tahun.

Perusahaan Citilink ini memiliki kargo dengan industri penerbangan Indonesia melayani di 87 rute hingga mencapai 35 kota di Indonesia hingga luar negeri. Layanan jasa kargo udara untuk jenis general kargo serta spesial kargo dengan aspek keamanan sebagai keutamaannya, tepatnya waktu pengiriman dan penjaminan keutuhan barang sampai tujuan. Salah satu yang akan dibahas di penelitian ini adalah Citilink kargo dengan transportasi udara dengan pesawat kargo Citilink.

Perusahaan jasa kargo khususnya Maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit untuk menarik pelanggan yaitu sejauh mana kualitas pelayanan, yang merupakan kunci dari bisnis layanan dan mendukung cara pelayanan akan diberikan dan mempersembahkan kepuasan kepada pelanggan yang memutuskan untuk menggunakan jasa kargo Maskapai Citilink

tersebut. Menurut (Ulfa, 2017) kualitas pelayanan yaitu tidak sesuai antara asumsi ataupun keinginan pelanggan terhadap persepsi pelanggan.

Petugas yang menangani kargo menjadi sorotan utama karena kualitas pelayanan yang diberikan petugas kargo terhadap pengguna jasa. Menurut (Ulfa, 2017) ada 5 aspek dimensi sebagai penentu kualitas pelayanan diantaranya "reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible". Reliability adalah kehandalan petugas dalam melayani konsumen sesuai dengan yang dijanjikan; tangible ialah berbagai fasilitas yang terlihat dan dimanfaatkan perusahaan untuk memastikan kepuasan konsumen, responsiveness suatu sikap responsif yang mampu mendengarkan dan menjawab pelanggan dengan tujuan memuaskan pengguna jasa, assurance adalah perasaan aman dan nyaman yang dirasa ataupun diterima dengan memberikan pelayanan tersebut maka pengguna jasa akan merasa terpuaskan pengguna jasa, dan empathy yaitu kemampuan petugas dalam pemberian perhatian yang sifatnya pribadi terhadap pengguna jasa.

Faktor lainnya yang mempengaruhi pilihan pelanggan ialah harga, karena harga merupakan salah satu faktor yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, factor-faktor tertentu perlu diperhitungkan saat menentukan harga layanan, tetapi keputusan penetapan harga ini tidak mudah diterapkan, perusahaan harus menetapkan harga secara akurat menemukan kesuksesan dalam memasarkan jasa. Untuk tarif harga kargo Citilink Indonesia kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses harga hanya dari situs web saja. Berikut harga pengiriman kargo Citilink Indonesia ke beberapa daerah Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik melakukan pengkajian lebih dalam dan mengemukakannya dalam

bentuk seminar proposal berjudul “Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kargo Maskapai Citilink Bandar Udara H Asan Sampit”.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Wardani, 2017), tidak cukup hanya memasukkan barang/jasa yang dilihat dari segi kualitas pelayanan. Karena kualitas layanan adalah strategi untuk mempertahankan konsumen dengan kualitas, perusahaan harus memenuhi harapan konsumen dan memutuskan kebutuhan mereka. Kualitas layanan ini dapat dipisahkan menjadi dua kategori, kualitas layanan yang sangat baik dan yang buruk. Kualitas layanan tidak tetap atau kaku fleksibel; kemungkinan berubah.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut penelitian Wardani (2017) tentang service quality, ada lima dimensi, yaitu:

1. Tangible/ bukti langsung. Layanan tidak dapat dilihat, disentuh, atau dicium, namun dapat dirasakan, menjadikan tangible (bukti fisik) ukuran penting dari kualitas layanan. Pelanggan akan memanfaatkan penglihatannya untuk menilai kualitas layanan (Wardani, 2017).
2. Reliability/ keandalan. Metrik ini digunakan untuk menentukan keandalan perusahaan yang menyediakan layanan kepada konsumen. Aspek ini terdiri dari dua komponen. Yang pertama yaitu kemampuan perusahaan untuk menawarkan layanan seperti yang dijamin. Faktor kedua ialah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang cepat, tepat, dan baik.
3. Responsiveness / daya tanggap. Pendapat pelanggan tentang kualitas layanan dipengaruhi secara negatif oleh aturan yang mengharuskan penyediaan

layanan yang cepat (responsive) dan sesuai serta transmisi data dengan jelas.

4. Assurance/ jaminan. Pengetahuan tentang kesopanan dan kemampuan karyawan perusahaan untuk mendukung kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Ini mencakup berbagai komponen diantaranya keandalan, komunikasi, kompetensi, keamanan, dan kesopanan.
5. Emphaty. Berikan pelanggan anda perhatian yang jujur dan pribadi atau individu saat mencoba memahami apa yang diinginkan konsumen. Ketika sebuah perusahaan diharapkan untuk memahami dan mengenal pelanggan, memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan mempunyai waktu kerja yang sesuai untuk pelanggan.

Harga

Harga ialah suatu hal penting dalam promosi, dimana harga bisa memengaruhi konsumen saat memutuskan barang atau jasa yang akan digunakan. Menurut Tjiptono (2015) mendefinisikan bahwa harga adalah komponen utama dari gabungan pemasaran yang memberikan informasi atau pendapatan bagi perusahaan, dan tiga komponen lainnya (distribusi, produk, dan iklan) menimbulkan biaya. Harga merupakan sejumlah nilai yang dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh keuntungan produk dan jasa dari perusahaan dan menjadi masukan bagi perusahaan tersebut.

Indikator Harga

Terdapat 4 indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2012):

1. Keterjangkauan harga. Harga perusahaan adalah berdasarkan kemampuan pelanggan dalam memperoleh/membeli produk/jasa.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga adalah bagian dari

kapasitas barang, karena biayanya lebih mahal bagi konsumen, tetapi kualitas barangnya lebih baik daripada barang yang sama dengan harga berbeda.

3. Kesesuaian harga dan manfaat. Konsumen memilih untuk membeli suatu barang dengan asumsi keuntungan yang mereka dapatkan dan rasakan setelah atau lebih dari yang mereka harapkan dari item, karena mereka menunjukkan biaya yang mereka keluarkan.
4. Daya saing harga. Tinggi rendahnya harga suatu barang menjadi pertimbangan sebelum membeli konsumen seringkali memverifikasi harga suatu produk dengan menggunakan perbandingan lain.

Kargo

Kargo didefinisikan sebagai produk yang akan dikirim melalui jalur darat, air, atau udara dalam jarak yang relatif jauh, yaitu antar kota, provinsi, dan negara (Kargo Tech, 2021). Menurut KM 29 Tahun 2009, terminal kargo ialah salah satu fasilitas pelayanan utama di bandar udara yang memproses pengiriman dan penerimaan angkutan udara, baik dalam negeri ataupun luar negeri, dengan tujuan memperlancar proses kargo dan memenuhi kebutuhan keamanan serta keselamatan penerbangan.

Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan seseorang ditentukan dengan membandingkan hasil tampak dengan asumsinya. Mengukur kepuasan pelanggan sangat penting untuk memberikan layanan yang lebih baik, produktif, dan efisien. Jika konsumen tidak puas dengan layanan yang diberikan, layanan tersebut dapat dianggap tidak efektif dan tidak efisien (Atmadjati, 2012).

Jasa

Jasa ialah semua gerakan dari jenis ataupun keuntungan yang dapat di usulkan satu pihak ke pihak lainnya, pada dasarnya tidak terlihat dan mengakibatkan tidak ada kepemilikan apa pun (Kotler dan Armstrong, 2016).

Citilink

Citilink telah menjadi maskapai penerbangan dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia sejak 2011. Ketika memperoleh A320 pertama dan pertumbuhan yang cepat sebagai bagian dari usaha grup Garuda untuk bersaing lebih agresif di pasar budget traveler.

Citilink kargo merupakan pelayanan di bidang pengiriman barang melalui udara dengan jenis pengiriman layanan kargo untuk ada port to port layanan lewat kantor kargo citilink dan penenerima dapat mengambil barang langsung di daerah pergudangan bandara tujuan, sedangkan door to door menawarkan pengantaran barang sampai alamat tujuan. Tentang KM 25 tahun 2008 Citilink kargo penerbangan berjadwal. Maskapai Citilink yang dikelola oleh SBU (unit bisnis strategis) unit yang menghasilkan produk atau jasa secara mandiri.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ialah strategi yang digunakan peneliti untuk menguji hipotesis dan memilih pertanyaan secara memilih pertanyaan secara sistematis dan logis membahas dan menganalisis apa yang terjadi pada jawaban yang paling tepat dan berpusat penelitian. Eksperimental, survei, studi kasus, dan desain penelitian komparatif sering digunakan baik dalam studi kualitatif maupun kuantitatif. Penulis dapat memilih desain penelitian mana yang paling sesuai untuk penelitian kualitatif atau kuantitatif yang digunakan

(Rahmatul, 2021). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif.

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa jawaban kuisioner, yaitu data yang diterima langsung dari responden berupa skor dan jawaban kuisioner. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder sebagai sumber datanya.

1. Data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung berkontribusi pada pengumpulan data (Sugiyono, 2018). Menggunakan kuesioner, data primer dikumpulkan untuk penelitian ini. Kuesioner terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang kepribadian atau pengetahuan responden. Sumber data yang dikumpulkan melalui kuisioner terhadap pengguna jasa kargo yang berada di terminal kargo Bandar H Asan Sampit.
2. Data sekunder. Data sekunder dikumpulkan dari sumber yang tidak secara langsung kepada pengumpul data melalui orang ataupun dokumen (Sugiyono, 2017). Data sekunder diklasifikasikan ke dalam dua kategori tergantung pada asal penyedia:
 - a. Data internal, sifatnya internal data yang didapatkan dari objek penelitian misalnya data dari Maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit.
 - b. Data eksternal, data yang mungkin diperoleh karena tersedianya banyak pihak di luar sasaran penelitian, seperti data yang diperoleh dari penelitian sebelumnya, literatur, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah subjek penelitian. Semua aspek dari wilayah penelitian dikenal sebagai studi populasi. Jika ingin melihat semua aspek populasi, harus melakukan studi populasi. Maka, topiknya mencakup seluruh populasi (Andra, 2018). Pada penelitian ini populasinya yaitu pengguna jasa kargo Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit. Kesimpulan Pada penelitian ini, total pengguna jasa pengguna kargo maskapai Citilink pada January 2022 yaitu, 185 pengguna jasa kargo maskapai citilink. (Cargo Manifest Citilink, 2022).

Menurut (Sugiyono, 2017), sampel ialah bagian yang diteliti atau representatif. Jika ada populasi yang besar dan peneliti tidak dapat meneliti setiap aspek dari populasi itu, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, mereka dapat menggunakan sampel dari populasi itu. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel yang dikenal dengan purposive sampling, yaitu pemilihan sampel ekspedisi, perorangan dan penumpang yang pernah menggunakan jasa kargo Maskapai Citilink. Seluruh anggota populasi yang menggunakan jasa kargo maskapai penerbangan Citilink dijadikan sampel menggunakan metode ini. Pada populasi penelitian ini yaitu 180. Dalam menentukan jumlah sampel rumus yang di pakai yaitu dengan menggunakan slovin:

$$n = N / (1 + N \cdot e^2)$$

Maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = N / (1 + N \cdot e^2)$$

$$n = 185 / (1 + 185 (10\%)^2)$$

$$n = 185 / (1 + 185 (0.001))$$

$$n = 64,912 \text{ dibulatkan menjadi } 64$$

Keterangan:

$$n = \text{Ukuran sampel}$$

$$N = \text{Ukuran populasi}$$

e = persen kelonggaran ketidaktelitian, karna kesalahan penarikan sampel yang masih dapat di tolerir.

Instrumen Pengumpulan Data

Untuk mencapai hasil yang tidak menyesatkan, data penelitian harus akurat, oleh karena itu digunakan instrumen yang tepat untuk pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data.

1. Kuisoner. Menurut sugiyono (2012), kuisoner ialah metode pengumpulan data yang mengharuskan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab; kuisoner adalah pendekatan pengumpulan data yang efektif bila peneliti yakin dengan variabel yang akan dinilai dan apa yang diharapkan dari responden. Kuisoner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisoner tertutup, yaitu suatu format pertanyaan yang jawaban atas pertanyaannya telah disediakan sehingga responden hanya dapat memilih di antara alternatif jawaban yang sesuai dengan pandangan atau preferensinya. Kuisoner berisi tentang pengaruh kualitas layanan dan biaya terhadap kepuasan pelanggan dengan layanan kargo maskapai Citilink.
2. Studi Pustaka. Studi pustaka dapat dipandang sebagai teknik pengumpulan data melalui pencarian informasi dari majalah, buku, dan surat kabar dengan tujuan membangun landasan teori. Peneliti menggunakan studi Pustaka dalam pengumpulan data untuk memperkuat data yang ada (Arikonto, 2010).

3. Dokumentasi. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan dokumentasi berupa dokumen informasi yang diperoleh dari fakta-fakta yang disimpan seperti buku catatan, dokumen, arsip gambar, dll. Dokumentasi semacam ini dapat dimanfaatkan untuk informasi yang terjadi. Metode dokumentasi ialah teknik pengumpulan data untuk menelusuri sejarah dokumen yang berkaitan dengan seseorang ataupun sekelompok orang, peristiwa atau serangkaian kejadian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Teknik Analisa Data

1. Uji Instrumen

- a. Uji Validitas

Uji ini untuk mengetahui validitas suatu kuisoner. Suatu kuisoner dikatakan sah apabila pertanyaan dan kuisoner tersebut mampu mengungkapkan apa saja yang akan dinilai oleh kuisoner tersebut (Ghozali, 2005). Validitas rendah dikaitkan dengan tes yang memberikan hasil tidak relevan dengan tujuan penilaian yang dimaksudkan. Penguji menentukan validitas tes dengan membandingkan.

Jika r hitung $>$ r tabel, item tersebut dianggap valid, dan jika tidak, maka item tersebut tidak valid. Sebelum dilakukan pengumpulan data, pertanyaan kuisoner diuji validitas dan reabilitasnya. Sebagai syarat minimal, uji validitas akan dilakukan terhadap 30 responden. Pengujian validitas penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 22.

Tabel 1. Uji validitas kualitas pelayanan (x1)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0,764	0,361	Valid
	2	0,593	0,361	Valid
	3	0,684	0,361	Valid
	4	0,539	0,361	Valid

	5	0,497	0,361	Valid
	6	0,519	0,361	Valid
	7	0,502	0,361	Valid
	8	0,717	0,361	Valid
	9	0,666	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, semua pernyataan tentang variabel kualitas pelayanan adalah valid karena Rhitung lebih besar dari Rtabel (0,361).

Tabel 2. Uji Validitas Harga

Variabel	Pernyataan	t-hitung	t-tabel	Keterangan
Harga	1	0,716	0,361	Valid
	2	0,592	0,361	Valid
	3	0,623	0,361	Valid
	4	0,364	0,361	Valid
	5	0,510	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Menurut tabel di atas, semua pernyataan variabel Harga adalah valid karena Rhitung lebih besar dari Rtabel 0,361.

Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kepuasan	1	0,598	0,361	Valid
	2	0,710	0,361	Valid
	3	0,774	0,361	Valid
	4	0,733	0,361	Valid
	5	0,815	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, semua pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan adalah valid karena Rhitung > Rtabel 0,361.

b. Uji Reabilitas

Menurut Ghazali (2009), reliabilitas kuesioner berfungsi sebagai indikasi suatu variabel atau konsep. Keandalan kuesioner didasarkan pada asumsi respon individu terhadap pernyataan adalah konstan atau stabil sepanjang waktu.

Dalam penelitian ini, reliabilitas ditentukan dengan menggunakan one shot atau pengukuran tunggal. Di sini, pengukuran tunggal diambil, dan temuannya dibandingkan dengan pertanyaan tambahan atau diukur reliabilitasnya menggunakan tes Cronbach Alpha (α). Sebuah variabel dianggap reliabel jika nilai (α) > 0,60. (Ghozali 2005). Uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 22.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

variabel	N of items	Nilai cronbach's alpha	keterangan
Kualitas Pelayanan	9	0,796	Reliabilitas
Harga	5	0,624	Reliabilitas
Kepuasan	5	0,776	Reliabilitas

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dilihat dari tabel diatas hasil uji instrument reliabilitas dinyatakan reliabel.
Hasil dan Pembahasan

Pengujian Hipotesis

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji normalitas untuk mengetahui apakah data

berdistribusi normal atau tidak. Temuan penelitian ini berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pengguna jasa kargo maskapai citilink di bandara H asan Sampit. Data berikut akan di analisis uji normalitasnya memakai Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) Melalui bantuan program SPSS 22.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40760444
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.052
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS, dimana nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ maka dapat diasumsikan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bisa di ketahui dari nilai VIF serta nilai toleransi. Detailnya, bisa di lihat pada lampiran tabel di bawah, yaitu:

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.826	2.570		4.213	.000		
1 kualitas pelayanan	.035	.060	.075	.577	.566	.721	1.386
harga	.436	.124	.454	3.501	.001	.721	1.386

a. Dependent Variable: kepuasan

Melalui Tabel 6, nilai toleransi untuk variabel kualitas pelayanan dan harga adalah 0,721 lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIF 1.386 dibawah 10, jadi bisa di ambil kesimpulan tidak terjadi

adanya multikolinieritas pada variabel independent di penelitian ini.

c. Uji heteroskedastisitas

Peneliti memanfaatkan uji heteroskedastisitas untuk menilai ada tidaknya ketidaksamaan antar variabel independent berdasarkan nilai absolut

residualnya. Metode Uji Glejser yang dihasilkan dari output program SPSS 22 digunakan untuk mengidentifikasi.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.510	1.490		1.013	.315
Kualitas Pelayanan	-.008	.035	-.034	-.224	.823
Harga	-.002	.072	-.004	-.024	.981

a. Dependent Variable: Abs_Res

Dari Tabel 7 dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas untuk model regresi, yaitu pengaruh X₁ dan X₂ terhadap Y pada jasa kargo Citilink, dan tingkat signifikansi > 0,05.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk menjawab hipotesis yang ada pada penelitian ini, yaitu untuk melihat apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa kargo citilink di bandar udara H asan Sampit, secara pengaruh parsial ataupun simultan.

a. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.826	2.570		4.213	.000
Kualitas Pelayanan	.035	.060	.075	.577	.566
Harga	.436	.124	.454	3.501	.001

a. Dependent Variable: Abs_Res

Menurut hasil analisis penelitian bisa di lihat pada tabel 8 di dapatkan koefisien sehingga bisa dibuat persamaan.

$$Y = 10.826 + 0,035 X_1 + 0,436 X_2 + e.$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka penjelasannya:

1. Konstanta yang dihasilkan yaitu 10.826 bertanda positif memiliki arti apabila X₁ dan X₂ di asumsikan = 0 maka Y pengguna jasa kargo maskapai citilink di bandar udara H asan Sampit secara konstan yaitu 10,826.
2. Koefisien regresi variabel X₁ yaitu 0,035 memiliki arti positif kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink. Hal ini menandakan bahwa setiap penambahan X₁ akan terjadi

penambahan Kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink sebanyak 0,035.

3. Koefisien regresi variabel X₂ yaitu 0,436 bertanda positif dan bisa di artikan Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink. Dan ini menampilkan setiap penambahan harga akan terjadi penambahan kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink sebanyak 0,436.
4. e, khususnya kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi karena kemungkinan adanya faktor tambahan yang mempengaruhi variabel kepuasan tetapi tidak termasuk dalam regresi.

b. Uji T
 Uji parsial ini dengan Uji T:
 Ha diterima bila $t_{hitung} \leq t_{table}$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 diterima bila $t_{hitung} > t_{table}$ pada $\alpha = 5\%$
 Setiap uji akan dijelaskan lebih rinci di bawah ini.

Table 9. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.826	2.570		4.213	.000
Kualitas Pelayanan	.035	.060	.075	.577	.566
Harga	.436	.124	.454	3.501	.001

a. Dependent Variable: kepuasan

Hasil pengujian hipotesis parsial dengan uji-t menghasilkan t-hitung tergantung pada nilai koefisien ditunjukkan pada tabel 9:

1. Bisa dilihat nilai koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0,035 bertanda positif pada 0,566 lebih besar di banding dengan 0,05. Berarti kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan. Hal tersebut tidak mengartikan kualitas pelayanan tidak signifikan, dari hasil yang diperoleh nilai yang diatas 0,05 maka tidak kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan. Hasil uji H_1 penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan pengguna jasa kargo. Dengan demikian, H_1 ditolak.

2. Berdasarkan hasil perhitungan di ketahui nilai koefisien regresi Harga yaitu 0,436 bertanda positif pada 0,001 dibawah 0,05. Dapat di artikan Harga mempengaruhi kepuasan. Hasil uji H_2 penelitian ini menunjukkan bahwa harga mempengaruhi signifikan pada kepuasan pengguna jasa kargo Citilink. Jadi dengan demikian H_2 diterima.

c. Uji F

Selanjutnya peneliti menggunakan Uji F untuk mengetahui apakah X_1 dan X_2 mempengaruhi Y pengguna jasa kargo Citilink. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan secara simultan atau tidak, dapat terlihat pada tabel berikut:

Table 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	41.747	2	20.874	10.206	.000 ^b
Residual	126.806	62	2.045		
Total	168.554	64			

a. Dependent Variable: kepuasan
 b. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Untuk syarat dari uji F yaitu:

- a) H_a diterima jika $p \text{ value} < \alpha = 5\%$
- b) H_0 diterima jika $p \text{ value} > \alpha = 5\%$

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansinya adalah 0,000 dengan tingkat probability ($0,000 < 0,05$). Sesuai dengan Tabel 10, nilai signifikansinya dibawah 0,05. Dapat dikatakan bahwa

kualitas layanan dan harga mempengaruhi variabel kepuasan secara simultan.

d. Koefisien Determinasi R²

R² di gunakan guna mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas

Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan yang di kemukakan dalam persen (%). Untuk melihat besar pengaruhnya Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan bisa dilihat pada tabel 11.

Table 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.498 ^a	.248	.223	1.430

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Dari tabel 11 diatas, terlihat nilai R² yaitu 0,248 atau 24,8%. Kesimpulannya variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan hanya berpengaruh sebesar 0,248 (24,8%).

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara parsial terhadap Kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan pada kepuasan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kualitas layanan terhadap kepuasan. Hasil statistik uji T untuk variabel kualitas layanan menunjukkan dengan tingkat signifikansinya 0,566 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan sebagian tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, H₁ ditolak. Sedangkan variabel Harga terhadap Kepuasan secara parsial mendapatkan nilai signifikan 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan, H₂ diterima.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan Dewanti Hayuningrum (2020) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas pelayanan melalui tangible, responsiveness, rebilithy, assurance empathy terhadap kepuasan

pelanggan pada maskapai Lion Air di Bandar Udara International Syamsudin Noor Banjarmasin”

Peneliti mengambil kesimpulan terkait Kualitas Pelayanan yang tidak mempengaruhi Kepuasan dengan demikian ada banyak sudut pandang yang dirasakan konsumen pada perusahaan bergerak di sektor jasa kargo Maskapai Citilink. Hal ini sangat diperhatikan oleh pelanggan ketika menentukan kualitas suatu layanan. Kualitas layanan yang dirasakan dan diharapkan pelanggan yang bergantung pada sumber daya perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuisoner pada pengguna jasa kargo maskapai Citilink pada variabel kualitas pelayana ada 5 indikator yaitu:

a. Kehandalan (reability). Berdasarkan kehandalan indikasi ini, kita dapat menyimpulkan bahwa perusahaan telah memberikan pelayanan yang baik. Dalam pelayanan yang sesuai dan prima, masih banyak pelanggan yang tidak merasakan pelayanan perusahaan. Namun dalam proses pengiriman kargo seringkali mengalami overloot karna beberapa kesalahan dari petugas kargo yang salah dalam menghitung berapa banyak kargo yg masuk dan berapa berat kargo keseluruhannya jadi banyak dari konsumen ingin mengirimkan kargo

harus tertunda karna kesalahan perhitungan. Akan tetapi perusahaan akan memberikan pelayanan berupa informasi kepada konsumen bahwa kargo sudah overloot/tidak bisa menerima kargo.

- b. Daya Tanggap (responsiveness). Daya tanggap pada indikator ini bahwa petugas kargo telah memberikan respon dengan tepat saat menawarkan jenis layanan kepada konsumen. Akan tetapi, kurangnya daya tanggap hingga dan cepat dalam penanganan keluhan atau kesulitan dikarenakan banyak dari konsumen melakukan permintaan yang masuk kepada petugas kargo sangat banyak dari segi petugas masih kurang petugas kargo sehingga tetap lamban dan cukup lama bagi pelanggan untuk mengadakan keluhan ataupun kesulitan mereka dengan barang yang ingin mereka kirimkan. Hal ini menyebabkan pelanggan percaya bahwa reaksi perusahaan masih kurang memadai.
- c. Jaminan (assurance). Indikator jaminan masih banyak konsumen tidak mengetahui prosedur apa saja saat pengiriman kargo. Dengan ini, konsumen merasa kurangnya kualitas pelayanan dalam hal penanganan jaminan kargo yang akan dikirim.
- d. Empati (empathy). Petugas kargo maskapai Citilink pada indikator empati sangat memperhatikan konsumen dalam pengiriman barang dan dapat mengetahui kepentingan konsumen. Karena banyaknya operasi transportasi barang masuk, petugas kargo tidak dapat memberikan layanan yang ideal kepada pelanggan yang melakukan pengiriman kargo.
- e. Bukti fisik (tangible). Kantor kargo Citilink yang saya teliti berada di bandar udara H Asan Sampit. Perusahaan sudah menyediakan kualitas layanan berupa kantor yang

nyaman bagi pelanggan untuk menyelesaikan prosedur pengiriman dan tempat duduk yang nyaman. Namun kualitas pelayanan bukti fisik banyak konsumen yang sudah melakukan transaksi pengiriman melalui media sosial maka dari itu konsumen tidak dapat merasakan layanan yang diberikan.

Dari variabel kualitas layanan terdapat 5 indikator; namun demikian masih banyak yang tidak sesuai dengan asumsi pelanggan, sehingga kualitas layanan yang diberikan perusahaan angkutan kargo maskapai Citilink bukan menjadi alasan bagi konsumen untuk memutuskan menggunakan jasa kargo maskapai citilink.

Hasil analisis penelitian ini yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan, sejalan dengan penelitian Dewanti Hayuningrum dan Sari Efilia Dewi Wijayanti sebelumnya. Yang berarti bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, tidak ada hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pengguna jasa.

Penilaian pengguna jasa kargo maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit selaku konsumen terhadap kualitas pelayanan dari maskapai Citilink tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan yang di rasakan pengguna jasa kargo maskapai Citilink. Hal tersebut dapat dijelaskan apabila konsumen merasa puas jika semua konsumen bisa merasakan fasilitas yang ada di kargo yang sudah di sediakan oleh maskapai Citilink ataupun dari Bandar Udara H Asan. Dengan demikian, hal ini tidak berarti bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Rabiul Hasanah dan Dra.

Sri Suryoko, M.si (2017), penelitian ini mengkaji “Pengaruh kualitas layanan dan tarif terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna layanan DHL global forwarding (studi pada pengguna layanan DHL di kota Semarang)”.

Menurut hasil penelitian, harga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Harga suatu produk atau jasa harus dapat memberikan keuntungan yang sepadan dengan pengeluaran dan harapannya kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sebelum memilih opsi untuk mengirim dengan pesawat kargo Citilink, pelanggan memeriksa biaya yang dibebankan oleh Citilink dengan biaya dari perusahaan sejenis yang harga dan manfaatnya hampir sama. Harga yang ditawarkan oleh pihak perusahaan Citilink terjangkau karena adanya perusahaan Citilink yaitu membantu para konsumen menengah kebawah yang ingin melakukan pengiriman terjangkau tapi kualitas tinggi maka perusahaan Citilink dengan sebutan LCC (low cost carrier) menyediakan pengiriman kargo berbasis tarif rendah sehingga harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan maskapai lainnya dan mampu menarik jumlah konsumen serta meningkatnya kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa kargo maskapai Citilink.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa kargo maskapai citilink di Bandar Udara H Asan Sampit.

Di Bandara Hasan Sampit, baik kualitas layanan maupun harga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan kargo Citilink Airlines. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variable

Kualitas Pelayanan dan Harga mempengaruhi kepuasan secara simultan. Dapat dikatakan bahwa harga dan kualitas layanan dalam suatu perusahaan saling terkait; harga yang dibebankan kepada pelanggan mencerminkan tingkat layanan yang diberikan. Biasanya, harga layanan perusahaan sebanding dengan tingkat layanan yang diberikannya kepada pelanggan. Di sinilah letak pentingnya penetapan harga guna memberikan pelayanan prima dengan harga yang kompetitif agar dapat bersaing dengan jasa kargo lainnya.

3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pengguna jasa kargo Maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga yaitu 0,248 (24,8%). Jadi dapat disimpulkan besarnya pengaruh variabel Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pengguna jasa kargo Maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit adalah sebesar 0,248% jadi masih banyak kekurangan sehingga untuk mencapai 100% terlampaui masih jauh. Karna ada faktor yang lain serta belum diteliti peneliti, misalnya sikap konsumen, lokasi, citra perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini tujuannya mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit. Dalam penelitian dapat disimpulkan beberapa hal yaitu: Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit. Hal tersebut terlihat pada hasil signifikan uji t pada variabel kualitas pelayanan 0,566 lebih besar dari 0,05, H1 ditolak.

Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit. Hal tersebut terlihat pada hasil signifikan uji t pada variabel kualitas pelayanan 0,001 lebih kecil dari 0,05, H2 diterima.

Kualitas pelayanan dan Harga secara simultan mempengaruhi signifikan terhadap meningkatnya Kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit. Hal tersebut

terlihat pada hasil signifikan yaitu 0,000 dibawah 0,05.

Hasil uji koefisien determinan memperoleh nilai determinan yaitu 0,248 yang berarti pengaruh besar Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pengguna jasa kargo maskapai Citilink di Bandar Udara H Asan Sampit adalah sebesar 24,8%. Sisanya dijelaskan oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Tomy dan Ariani Noor, Any 2013, Jurnal pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bandara Husein Sastranegara Bandung
- Andriyanto Rendy, 2020 kepuasan pelanggan <https://blog.sribu.com/id/kepuasan-pelanggan/>. Diakses pada tanggal 18 Mei 2021.
- Andra tersiana, 2018. Metode Penelitian. Penerbit Yogyakarta. Yogyakarta
- Asfihan Akbar, 2019 kualitas pelayanan <https://adalah.co.id/kualitas-pelayanan/>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2021
- Adi Wibowo, Priyanto dan Abid Muhtarom, 2018. Jurnal determinasi kualitas pelayanan: Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada J&T Exspress Lamongan). Universitas Islam Lamongan Fakultas Ekonomi
- Atmadjati, arista, 2012. Meraih kunci sukses service excellence, Leutika Nouvalitera, Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Citilink ,2021 Makapai Citilink <https://www.citilink.co.id/en/company-profile>. Diakses pada tanggal 18 mei 2021
- Darmawan Deni. 2013. Metode penelitian Pendidikan. Bandung: PT . Remaja Rosdakarya
- Ditjen Perhubungan Udara, 2005, KM 29 pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) 03-0747-2004 Kementerian Perhubungan Republik Indonesia.
- Ditjen Perhubungan Udara, 2008, KM 25 peraturan Menteri tentang penyelenggaraan Angkutan Udara.
- Dinar Dewi K, Eko P dan Hanifah 2016, Jurnal analisis factor kebudayaan keselamatan dan Kesehatan kerja (K3) pada penanganan kargo di bandara Soekarno Hatta International Airport.
- Ghozali Imam. 2005. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Edisi keempat semarang: Penerbit Universitas Dipenegoro.
- Ghozali Imam. 2009. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Edisi keempat semarang: Penerbit Universitas Dipenegoro.
- Hayuningrum Dewanti, 2020. Skripsi pengaruh kualitas pelayanan melalui (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai lion air di Bandara udara Internasional Syamsudin Noor Banjarmasin. Universitas Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.
- Hidayat Anwar 2018. Penjelasan tetorial regresi linear berganda.

- Hidayat Anwar 2012. Uji pearson product moment and asumsi klasik.
- Husein Umar, 2011. Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis, Edisi Kedua. Jakarta : PT . Raja Grafindo Persada.
- Iranita, Sofia Mytna dan Prahmana Satria, 2018. Jurnal pengaruh dimensi kualitas pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, empathy) terhadap kepuasan penumpang KM. Bukit Raya (Studi pada mahasiswa Universitas maritime Raja Ali Haji yang berasal dari Natuna dan Anambas). Universitas Maritim Raja Ali Tanjungpinang Fakultas Ekonomi).
- Indrastuty Dini, (2011:29). RPUL rangkuman pengetahuan umum lengkap
- Juanda siahaan, 2011. Jurnal layanan kargo udara internasional di bandara udara Soekarno Hatta
- Kotler dan Amstrong, 2016. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi keduabelas, Jakarta: Erlangga
- Kargo.tech 2021. Pengertian, jenis dan klasifikasinya <https://kargo.tech/en/blog/apa-itu-cargo-pengertian-dan-jenisnya/> . Diakses pada tanggal 01 Agustus 2021
- Ma'mun Zahrudin, 2015 metode penelitian jenis penelitian <http://metodologinurelghazy.blogspot.com/2015/06/jenis-penelitian.html>. Diakses pada tanggal 23 Mei 2021.
- Mahargiono, Bambang 2020. Jurnal pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT. Rajawali Mentari Kargo Sidoarjo.
- Martua Chando dan Djati S. 2018 jurnal pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan jasa pengiriman AB cargo
- Natalia Michelle. 2020 citilik optimalkan armada layani kargo international dan domestic.<https://ekbis.sindonews.com/read/8991/34/citilink-optimalkan-armada-layani-kargo-internasional-dan-domestik-1587978273> .di akses tanggal 13 juli 2021.
- Prawiratmadja Denon. 2021 kargo udara, masa depan bisnis penerbangan nasional. <https://money.kompas.com/read/2021/05/11/140600726/kargo-udara-masa-depan-bisnis-penerbangan-nasional?page=all>. Diakses pada tanggal 01 juli 2021.
- Kotler dan Amstrong, 2011. Dasar-dasar pemasaran. Jilid I, Jakarta: Prenhalindo
- Kotler dan Amstrong, 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Rengga Rahman. 2015. Thesis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kargo pada PT. Indonesia Air Asia di Bandar Udara International Adisutjipto Yogyakarta.
- rahmatul Julia. 2021. Skripsi pengaruh konflik dan ambiguitas peran terhadap pelayanan yang diberikan kepada penumpang maskapai citilink.
- Ridhwanullah, 2016. Skripsi pengaruh kualitas pelayanan terhadap Citra Perusahaan Jasa Penerbangan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating pada PT. Lion Mentari Airlines : UIN ALAUDDIN MAKASSAR.
- Raharjo Sahid, 2018. Makna koefisien Determinasi R square. Diakses dari <http://www.spssindonesia.com.html>.
- Selin, 2019. Skripsi pengaruh kualitas pelayanan pengiriman barang dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT Angkasa Pura Logistik Bandar Udara International Adisutjipto Yogyakarta.
- Sigit Fajar, 2019. Skripsi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Masakapai Garuda Indonesia terminal 3 rute CGK-JOG di Bandar Udara International Soekarno - Hatta
- Sitti Subekti, 2013. Jurnal pelananan Kargo Udara di Terminal Kargo Domestik Bandar Udara Soekarno Hatta
- Sugiyono, 2012. Statistika Untuk Peneltian, Bandung: ALFABET

- Sugiyono, 2017. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABET
- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan R&D), Bandung: ALFABET.
- Tjiptono Fandy 2007. Strategi pemasaran Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy 2005. Pemasaran Jasa, Edisi pertama, Malang: Banyuwangi.
- Tjiptono Fandy 2014. Pemasaran jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy 2015. Starategi pemasaran. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Manajemen mengukur kinerja pelayanan dan kepuasan konsumen. Jakarta: DeliyantiOentroro
- Tiyono Andri, 2010. Skripsi analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Maskapai Penerbangan Express Airlines di Bandar udara Babullah Ternate. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Fakultas Ekonomi.
- Utami, Novia Widya 2020. 4 indikator kepuasan pelanggan untuk bisnis anda. <https://www.jurnal.id/id/blog/indikator-kepuasaan-pelanggan-untuk-bisnis/#:~:text=Menurut%20Kotler%2C%20et%20al.%2C,pelanggan%2C%20dan%20survey%20kepuasaan%20pelanggan>. Diakses pada tanggal 28 mei 2021.
- Wardani, Tri Ulfa, 2017. Skripsi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GOJEK. UIN Sumatra Utara.
- Wijayanti Dewi. 2020. Skripsi Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman barang.