

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BANDAR UDARA TJILIK RIWUT PALANGKARAYA

Agus Winata

Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Abstrak

Seiring zaman perusahaan jasa akan bersaing demi memiliki keunggulan yang perusahaan lain. Salah satu hal yang dapat dilakukan dengan memberikan pelanggan kualitas pelayanan dan citra yang terbaik, hingga nantinya akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* terhadap 100 responden yang adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan *software* SPSS versi 22. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan *brand image* secara bersamaan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69,9% dan sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Customer Service, *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Over time, service companies will compete to have an advantage over other companies. One of the things that can be done is to provide customers with the best quality of service and image, so that later it will have an impact on customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of customer service quality and brand image on customer satisfaction at Tjilik Riwut Airport, Palangka Raya. This researchy uses a quantitative method with data collection techniques in the form of a questionnaire. The sampling method used a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach to 100 respondents who were customers who had used the services of Tjilik Riwut Airport, Palangka Raya. The data analysis technique used multiple linear regression analysis which was processed using SPSS version 22 software. The results of this research prove that service quality and brand image simultaneously have a significant influence on customer satisfaction by 69.9% and the remaining 30.1% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Service Quality, Customer Service, Brand Image, Customer Satisfaction



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

PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang no 1 tahun 2009 tentang penerbangan, Bandar Udara adalah kawasan di daratan dan atau perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang, dan tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi, yang di lengkapi dengan fasilitas keselamatan, dan keamanan

penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya.

Menurut Kasmir (2017) pelayanan adalah Tindakan atau perbuatan atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut guna memenuhi keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan. Pelayanan yang berkualitas akan berdampak pada

kepuasan bagi pelanggan sebagai pengguna jasa.

Bandar Udara Tjilik Riwut adalah Bandar Udara terbesar di Provinsi Kalimantan Tengah dan juga Pintu Gerbang Utama Kalimantan Tengah. Tadinya Bandar Udara Tjilik Riwut memiliki nama Pelabuhan Udara Panarung berdiri pada tanggal 1 Mei 1958 yang peresmian dilaksanakannya oleh pahlawan Kalimantan Tengah ialah Bapak Tjilik Riwut. disaat itu bisa difungsikan serta didarati pesawat terbang tipe *Twin Otter* (dari TNI- AU) bertepatan pada 24 September 1973 Pelabuhan Udara Panarung oleh Pemerintah Wilayah Kalimantan Tengah di serah terimakan kepada Direktorat Jenderal Perhubungan Udara Kementerian Perhubungan RI. Semenjak itu tanggung jawab pemerintah wilayah Kalimantan Tengah bergeser seluruhnya kepada pemerintah pusat, selaku tindak lanjut dari serah terima tersebut oleh Menteri Perhubungan Ayah Profesor. Dokter. Emil Salim dinyatakan Pelabuhan Udara Panarung Palangka Raya selaku Pelabuhan Udara buat kemudian lintas udara dalam negara (Dalam Negeri) dengan memakai pesawat tipe Fokker 27.

Jasa transportasi udara memiliki peran yang penting dalam sumbangsinya terhadap pembangunan khususnya dalam pembangunan pariwisata Bandar Udara Tjilik Riwut merupakan salah satu gerbang utama bagi penumpang atau wisatawan dari berbagai daerah yang hendak mengunjungi Kalimantan Tengah khususnya kota Palangka Raya. Dan dalam beroperasi Bandar Udara Tjilik Riwut memiliki berbagai divisi atau unit dalam melayani setiap orang yang menggunakan jasa Bandar Udara, termasuk dalam memberikan informasi.

Sebagai perusahaan jasa maka Bandar Udara Tjilik Riwut harus dapat memberikan pelayanan informasi dan citra yang terbaik bagi semua penumpang yang

membutuhkan, dan bahkan harusnya memberikan layanan prima (*service excellent*). Karena itu maka Bandar Udara Tjilik Riwut memiliki suatu unit khusus untuk memberikan informasi terhadap pengguna Jasa Bandar Udara, yaitu *Customer Service* PT. Angkasa Pura II . Unit ini tentu lebih mengutamakan pelayanan yang prima, sehingga pelayanan yang diberikan meningkat setiap waktu, tentu semua itu dilakukan agar setiap orang yang bertanya akan merasa puas dengan jawaban yang diberikan serta pelanggannya diharapkan bisa terpuaskan melalui citra merek (*brand image*) yang perusahaan tunjukan. Berkenaan dengan hal tersebut penulis tertarik untuk menulis penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya”.

Pengertian Bandar Udara

Bersumber pada Undang-Undang No 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan, mengatakan bahwa Bandar Udara merupakan kawasan di daratan serta/ ataupun perairan dengan batas- batas tertentu yang digunakan selaku tempat pesawat udara mendarat serta lepas landas, naik turun penumpang, bongkar memuat benda serta tempat perpindahan intra serta antarmoda transportasi, yang dilengkapi dengan sarana keselamatan serta keamanan penerbangan dan sarana pokok serta sarana penunjang yang lain.

Bandar Udara Tjilik Riwut

Pelabuhan Udara Panarung berganti nama menjadi Bandar Udara Tjilik Riwut Bersama dengan peringatan hari Pahlawan Nasional bertepatan pada 10 November 1988 nama Tjilik Riwut (mantan Gubernur Kalimantan Tengah), diabadikan guna nama Bandar Udara Ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah Palangka

Raya yang tadinya bernama Pelabuhan Udara Panarung. Penggantian nama jadi Bandar Udara Tjilik Riwut dan penandatanganan prasastinya dilakukan oleh Menteri Perhubungan Republik Indonesia Bapak Ir. Azwar Anas. Penggantian nama tersebut cocok dengan usul Gubernur Kalimantan Tengah, DPRD Kalimantan Tengah serta saran/ asumsi Menteri Dalam Negara.

Pengambilan nama tersebut sebab Tjilik Riwut merupakan seseorang Pahlawan Nasional (Keputusan Presiden Republik Indonesia bertepatan pada 6 November 1988 Nomor. 108/ TK/ 1988). Selaku Bandar Udara Dalam negeri yang melayani sebagian Maskapai ialah Garuda Indonesia, Batik Air, Citilink, Lion Air, Wings Air, Susi Air. disamping melayani penerbangan Angkutan Niaga berjadwal Bandar Udara Tjilik Riwut pula jadi tempat Sekolah Penerbangan yang diselenggarakan oleh *Angkasa Aviation Academy (AAA)* serta *Bali International Flight Academy (BIFA)*.

Semenjak Tahun 2013 Bandar Udara Tjilik Riwut pula dijadikan tempat selaku Bandar Udara Embarkasi Haji Antara Angkutan Calon Jemaah Haji Kalimantan Tengah. Pengembangan Bandar Hawa ialah salah satu Projek Strategis Nasional dari Pemerintah. Terhitung mulai bertepatan pada 1 Januari 2019 pengelolaan Bandar Udara Tjilik Riwut di operasikan oleh PT. Angkasa Pura II. Pada 28 Maret 2019 halte lama Bandar Udara Tjilik Riwut Dipindahkan ke halte baru, serta bertepatan pada 8 April halte baru ditetapkan oleh Presiden Indonesia Joko Widodo.

Sejarah Singkat Angkasa Pura II

PT. Angkasa Pura II (Persero) berdiri semenjak tahun 1984 dengan nama Perum Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng(PPUJC), lewat PP No 20 bertepatan pada 13 Agustus 1984. Pada

tahun 1986 lewat pp No 26 bertepatan pada 19 Mei 1986 nama Perum Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng (PPUJC) diganti jadi Perum Angkasa Pura II. Setelah itu pada tahun 1992, lewat PP No 14 bertepatan pada 17 Maret 1992, berganti status hukum jadi Persero. Dengan bersamaan berjalannya industri, bertepatan pada 18 November 2008 nama perseroan formal berganti menjadi PT. Angkasa Pura II(Persero).

PT. Angkasa Pura II berdiri dengan tujuan guna melaksanakan pengelolaan serta perusahaan dalam bidang jasa kebandar udaraan serta jasa terpaut dengan bandar udara dengan memaksimalkan pemberdayaan kemampuan sumber energi yang dipunyai serta pelaksanaan aplikasi pengelolaan tata kelola industri yang baik. Perihal tersebut diharapkan supaya bisa menciptakan produk serta layanan jasa yang bermutu besar serta berdaya saing kokoh sehingga bisa tingkatan nilai industri serta keyakinan Publik.

Selaku Badan Usaha Milik Negeri, PT. Angkasa Pura II (Persero) tetap berkomitmen buat membagikan pelayanan yang terbaik serta proteksi konsumen, kepada Pengguna jasa Bandar Udara, mempraktikkan tata kelola industri yang baik, menaikkan kesejahteraan karyawan serta keluarganya dan menaikkan kepedulian sosial terhadap masyarakat umum serta area sekitar Bandar Udara lewat program *Coporate Social Responsibility*.

Pengertian Customer Service

Customer Service familiar dengan suatu kegiatan pemasaran maupun juga penjualan. Supaya bisa lebih lagi memahami tentang apa itu *Customer Service* berikut dilansir pendapat dari Majid (2011) seperti yang ada dibawah ini: Kalau ditarik ke asalnya maka ekonomi merupakan bagian dari ilmu sosial.maka

pengertian *Customer Service* sebagai Ilmu adalah bahwa *Customer Service* itu bisa dipelajari, diajarkan dan dipraktikan kepada siapa saja yang berminat, karena sudah ada kerangka atau ada kaidah-kaidahnya, ada teorinya atau konsep-konsep yang bisa dikembangkan, seperti pemasaran, penjualan dan kepuasan pelanggan. Dan juga selain sebagai ilmu Majid (2011) juga memaparkan pengertian ilmu sebagai sebuah seni yaitu bahwa aplikasi *Customer Service* sangat membutuhkan unsur kreativitas, inisiatif dan kepandaian atau keterampilan dalam berhubungan dengan orang lain. Maksudnya, bahwa demi terwujudnya keberhasilan pelayanan pelanggan sangat tergantung pada kemampuan untuk menjadi kreatif, inisiatif serta keahlian dalam menjalin sosialisasi para pelakunya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang di rasakan oleh pelanggan selaku pengguna jasa yang membutuhkannya dan berdasarkan hal tersebut pelanggan dapat memberikan persepsi berdasarkan apa yang di rasakan melalui layanan yang di berikan serta memberikan hak bagi pelanggan untuk dapat menilai secara menyeluruh keunggulan kualitas pelayanan yang penyedia jasa berikan. Menurut Kasmir (2017) pelayanan adalah Tindakan atau perbuatan atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut guna memenuhi keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan. Pelayanan yang berkualitas akan berdampak pada kepuasan bagi pelanggan sebagai pengguna jasa.

Brand Image

Brand image (citra merek) adalah suatu hal yang seorang konsumen atau pelanggan rasakan melalui pengalaman dan

kesan tentang suatu hal yang dia rasakan selama dia merasakan atau menggunakan produk atau layanan yang perusahaan sediakan. Menurut Keller (2013) *brand image* adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen. *Brand image* atau citra merek merupakan kesan positif dari merek barang tersebut yang ditanamkan penyedia layanan dalam benak pembeli. Pembeli mengukur merek dengan pemikiran dalam memilih atau mengevaluasi citra merek suatu barang dengan kesan positif di bidangnya, seperti kemasyhuran dan kehebatan barang item dan sederhana untuk membedakannya dari merek atau produk lain.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah sensasi kesenangan atau kekecewaan yang muncul karena eksekusi item yang kontras dengan harapan pelanggan. Menurut Phillip Kotler dan Gary Armstrong (2017), kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Dari dasar pernyataan tersebut dapat di ambil kesimpulan yaitu kepuasan pelanggan yaitu peringkat yang pelanggan berikan untuk produk atau layanan yang memberikan kepuasan yang diharapkan berdasarkan pengalaman atau tolok ukur pelanggan.

Hipotesis

Menurut Muri Yusuf (2014) hipotesis merupakan sesuatu dugaan temporer, sesuatu tesis temporer yang wajib di buktikan kebenarannya lewat pemeriksaan ilmiah. Berdasarkan dari kajian teori diatas bahwa hipotesis dalam karya tulis yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan

Pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya, yaitu :

H_1 : Di duga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya

H_2 : Di duga *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya

H_3 : Di duga kualitas pelayanan dan *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal yang bersifat sebab akibat. Kemudian untuk jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. menurut Sugiyono (2018) metode kuantitatif adalah metode yang berdasar filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Penelitian kuantitatif memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, serta hasil yang didominasi angka. Sedangkan metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Instrumen

Hasil Uji Validitas Instrumen

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrument pada variabel (X1) kualitas pelayanan, (X2) *brand image*, dan (Y) kepuasan pelanggan :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1

Butir Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Nilai sig.	Ket.
P1	0,533	0,195	0,000	Valid
P2	0,500	0,195	0,000	Valid
P3	0,667	0,195	0,000	Valid
P4	0,605	0,195	0,000	Valid
P5	0,692	0,195	0,000	Valid
P6	0,585	0,195	0,000	Valid

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1

P7	0,698	0,195	0,000	Valid
P8	0,651	0,195	0,000	Valid
P9	0,687	0,195	0,000	Valid
P10	0,627	0,195	0,000	Valid

Sumber : Peneliti (2022), data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 1 menjelaskan bahwa keseluruhan hasil nilai output rhitung terhadap nilai signifikansi (r-tabel) 5% dari uji validitas instrument variabel X1 yaitu kualitas pelayanan secara keseluruhan menghasilkan data yang valid, dimana dari ke 10 pertanyaan yang masing-masingnya menghasilkan jumlah r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0,195 maka dari itu masing-masing pernyataan dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data yang akurat dalam sebuah penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X2

Butir Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Nilai sig.	Ket.
P1	0,708	0,195	0,000	Valid
P2	0,693	0,195	0,000	Valid
P3	0,693	0,195	0,000	Valid
P4	0,734	0,195	0,000	Valid
P5	0,683	0,195	0,000	Valid
P6	0,682	0,195	0,000	Valid

Sumber : Peneliti (2022), data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 2 menjelaskan bahwa keseluruhan hasil nilai output rhitung terhadap nilai signifikansi (r-tabel) 5% dari uji validitas instrument variabel X2 yaitu *brand image* secara keseluruhan menghasilkan data yang valid, dimana dari ke 6 pertanyaan yang masing-masingnya menghasilkan jumlah rhitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0,195 maka dari itu masing-masing pernyataan dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data yang akurat dalam sebuah penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y

Butir Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Nilai sig.	Ket.
P1	0,711	0,195	0,000	Valid
P2	0,780	0,195	0,000	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y

P3	0,753	0,195	0,000	Valid
P4	0,782	0,195	0,000	Valid
P5	0,751	0,195	0,000	Valid
P6	0,709	0,195	0,000	Valid
P7	0,706	0,195	0,000	Valid

Sumber : Peneliti (2022), data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 3 menjelaskan bahwa keseluruhan hasil nilai output rhitung terhadap nilai signifikansi (r -tabel) 5% dari uji validitas instrument variabel Y yaitu kepuasan pelanggan secara keseluruhan menghasilkan data yang valid, dimana dari ke 7 pertanyaan yang masing-masingnya menghasilkan jumlah rhitung lebih besar dari r -tabel yaitu 0,195 maka dari itu masing-masing pernyataan dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data yang akurat dalam sebuah penelitian.

Pembahasan

Berdakan latar belakang yang melatar belakangi dari penelitian yang peneliti lakukan ini yaitu mengenai adakah pengaruh baik itu positif maupun negatif dari kualitas pelayanan *Customer Service* dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan, dari hasil penyebaran kuesioner secara online kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya, berikut merupakan uraian mengenai pengaruh kualitas pelayanan *customer service* dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan, antara lain:

Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya

Berdasarkan hasil uji T, variabel kualitas pelayanan pada t -hitung didapatkan hasil sebesar 3,236 dengan nilai t -tabel sebesar 1,98472 dengan nilai signifikan yang diperoleh $0,002 \leq 0,005$. Yang artinya hipotesis pertama (H_1)

diterima bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya. Jadi berdasarkan hal tersebut, jika kualitas pelayanan customer service meningkat sesuai dengan yang pelanggan harapkan, maka kepuasan pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut juga akan meningkat. Adanya pengaruh ini didasarkan dari hasil indikator yang rata-rata responden memberikan penilaian setuju dengan skor rata-rata 452,3.

Pengaruh *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya

Berdasarkan hasil uji T, variabel *brand image* pada t -hitung diperoleh nilai sebesar $3,045 \geq$ nilai t -tabel 1,98472 dengan nilai signifikan yang diperoleh $0,003 \leq 0,005$. Yang artinya hipotesis kedua (H_2) diterima bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya. Adanya pengaruh ini didasarkan dari hasil indikator yang rata-rata responden memberikan penilaian setuju dengan skor rata-rata 265,3.

Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan *Customer Service* dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya

Berdasarkan uji F bahwa nilai F-hitung dari semua variabel bebas (kualitas pelayanan dan *brand image*) diperoleh sebesar $103,356 \geq$ nilai F-tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikan yang didapat yaitu sebesar $0,00 \leq 0,05$. maka hipotesis ketiga (H_3) diterima bahwa kualitas pelayanan dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya. Adanya pengaruh ini didasarkan dari hasil indikator yang rata-rata responden memberikan penilaian setuju dengan skor rata-rata 30,66

mengenai kepuasan terhadap pelayanan dan brand image Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan yang telah dijelaskan maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut: Bahwa hipotesis pertama (H_1) dan kedua (H_2) diterima yaitu bahwa kualitas pelayanan dan juga *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya. Hal tersebut dapat dilihat Berdasarkan hasil uji T, variabel kualitas pelayanan dan brand image pada t-hitung didapatkan hasil $\leq 0,005$. Namun masih ada jawaban tidak setuju dari pelanggan mengenai petugas menjawab pertanyaan maupun keluhan dengan kalimat yang jelas di indikator *Reliability* (keandalan) dan

petugas memiliki pengetahuan mengenai pertanyaan maupun keluhan pada indikator assurance (jaminan) serta mengenai mudah untuk diakses pada indikator *favorable*.

Dan untuk hipotesis ketiga (H_3) diterima bahwa kualitas pelayanan dan brand image secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F didapatkan nilai signifikan sebesar $0,00 \leq 0,05$. Dalam penelitian ini nilai *R square* diperoleh sebesar 0,699, menunjukkan bahwa variabel independen atau bebas sudah berkontribusi sebesar 69,9% terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Abdi, Rota, Mulia dan Ai Lili Yuliaty. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dan Citra Merek (Brand Image) Shuttle Bus Primajasa Batununggal Indah Bandung Tahun 2015. (Disertasi S1, Universitas Telkom, Bandung, 2015)* diakses dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/104502/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen-dan-citra-merek-brand-image-pada-shuttle-bus-primajasa-batununggal-indah-bandung-tahun-2015.html>.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Darmadi, Hamid. 2013. *Dimensi-dimensi Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial*. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Ririn. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Trussmedia Grafika.
- Istiana, Nur. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Salatiga. (Disertasi (S1) Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2016)*. Di akses dari <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/840/>.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid I Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga.

- Majid, Abdul, Suharto. 2011. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta :Rajawali Pers.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Profil PT.Angkasa Pura II. <http://www.angkasapura2.co.id/>. Diakses 22 Oktober 2021.
- Ridhwanullah. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Pelayanan Jasa Penerbangan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating Pada PT. Lion Mentari Airlines (Survei Pelanggan Lion Air di Bandara Sultan Hasanuddin Makassar)*. (Disertasi D3 (*Undergraduate* (S1) Universitas Islam Negeri Allaudin Makassar, 2017). Di akses dari http://repositori.uin-alauddin.ac.id/6144/1/RIDHWANULLAH_opt.pdf.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. C.V ANDI OFFSET. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. C.V ANDI OFFSET.Yogyakarta
- Undang-undang Nomor 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan