

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *LOW COST CARRIER* TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG MASKAPAI LION AIR DI BANDAR UDARA ADI SOEMARMO SOLO

¹Novan Arieansha, ²Eny Sri Haryati

^{1), 2)} Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Abstrak

Loyalitas pengguna jasa maskapai menjadi sangat penting di mata perusahaan, hal itu karena pengguna jasa maskapai merupakan faktor yang membuat suatu perusahaan dapat tetap bertahan. Lion Air memuncaki pangsa pasar maskapai bertarif rendah di Indonesia. Peningkatan pelayanan meliputi *pre-flight service* yaitu pelayanan pada saat melakukan transaksi tiket (reservasi), *in-flight service* meliputi pelayanan yang diberikan selama penerbangan dan *post-flight service* meliputi pelayanan yang diberikan setelah penumpang turun dari pesawat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan maskapai Lion Air di Bandar Udara Adi Soemarmo Solo secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa google form. Penelitian dilakukan di Bandar Udara Adi Soemarmo Solo Bulan september 2021. Responden dalam penelitian ini adalah penumpang maskapai Lion Air di Bandar Udara Adi Soemarmo solo sebanyak 94 responden. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan pengujian hipotesis uji F Nilai F hitung $20.235 > 2,32$ F tabel artinya variable tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) dan empathy (X5) berpengaruh secara simultan terhadap variable loyalitas penumpang maskapai Lion air (Y) maka H_a diterima dan H_o ditolak. dan pengujian menggunakan uji T dari kelima variabel kualitas pelayanan hanya satu variabel yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang yaitu variabel reliability dengan nilai $(3,281 > 1,98667)$

Kata Kunci: Kualitas, Pelayanan, Loyalitas, Low Cost Carrier

Abstract

The loyalty of airline service users is very important in the eyes of the company, this is because airline service users are a factor that makes a company survive. Lion Air topped the market share of low-cost airlines in Indonesia. Service improvements include *pre-flight service*, namely services when making ticket transactions (reservations), *in-flight service* including services provided during flights and *post-flight service* including services provided after passengers get off the plane. The purpose of this study was to determine the service quality of Lion Air at Adi Soemarmo Airport, Solo, partially and simultaneously. This study uses quantitative methods. The data collection technique uses a questionnaire in the form of a google form. The study was conducted at Adi Soemarmo Airport Solo in September 2021. The respondents in this study were passengers on Lion Air at Adi Soemarmo Solo Airport as many as 94 respondents. The analysis technique used analysis multiple linear regression, t test and f test. The results showed that the F test hypothesis was tested. The calculated F value was $20.235 > 2.32$. F table means that the tangible variables (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) and empathy (X5) have a simultaneous effect on the passenger loyalty variable. Lion air (Y) then H_a is accepted and H_o is rejected. and testing using the T test of the five service quality variables, only one variable that has a significant influence on passenger loyalty, namely the reliability variable with a value of $(3.281 > 1.98667)$

Keywords: Quality, Service, Loyalty, Low Cost Carrier

Pendahuluan

Transportasi udara merupakan sarana transportasi yang dapat menghubungkan wilayah-wilayah dengan karakteristik kepulauan, seperti Indonesia dalam waktu tempuh yang lebih cepat. Menggunakan pesawat terbang bukan lagi hal yang mewah, melainkan suatu kebutuhan masyarakat yang harus terpenuhi. Semakin meningkatnya jumlah kalangan masyarakat menengah keatas di Indonesia, mengakibatkan kebutuhan berpergian menggunakan pesawat semakin meningkat

Adanya kualitas pelayanan dan juga penerapan LCC yang dilakukan Lion Air semata-mata bertujuan agar konsumen merasa puas dan tidak terbebani dengan adanya tarif yang rendah, dengan begitu konsumen akan melakukan pembelian ulang dengan jasa Lion Air atau dengan kata lain timbul

¹Email Address : novanarieansha19@gmail.com

Received 15 Oktober 2022, Available Online 30 Desember 2022

loyalitas dalam diri konsumen yang mana hal tersebut menguntungkan pihak perusahaan

Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan bagaimana pelayanan yang mereka terima apabila dibandingkan dengan persepsi yang mereka pikirkan. Apabila kualitas jasa yang dihasilkan dan dirasakan pengguna jasa sesuai dengan persepsi atau harapan pengguna jasa maskapai maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik. Sebaliknya apabila kualitas jasa yang dirasakan lebih rendah dibandingkan persepsi dan harapan maka kualitas pelayanan dapat

Untuk menjamin kelangsungan bisnis perusahaan angkutan udara serta menjaga loyalitas pengguna jasa diperlukan peningkatan pelayanan oleh PT. Lion Mentari Airlines yang terencana dengan baik agar dapat bersaing dengan perusahaan angkutan udara lainnya. Peningkatan pelayanan meliputi pre-flight service yaitu pelayanan pada saat melakukan transaksi tiket (reservasi), in-flight service meliputi pelayanan yang diberikan selama penerbangan dan post-flight service meliputi pelayanan yang diberikan setelah penumpang turun dari pesawat dikatakan buruk. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan berkembang.

Tinjauan Pustaka

Bandar Udara

Menurut Annex 14 dari ICAO (International Civil Aviation Organization) dalam (Nanik Rianandita Sari, 2020), Bandar udara adalah area tertentu di daratan atau perairan (termasuk bangunan, instalasi dan peralatan) yang diperuntukkan baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat.

Adi Soemarmo Solo

Bandara Adi Soemarmo terletak di Kecamatan Ngempak, Boyolali, merupakan bandara yang melayani kota Surakarta (Solo), Jawa Tengah yang dioperasikan PT (Persero) Angkasa Pura I. Bandara ini melayani penerbangan Garuda, Sriwijaya Air, Lion Air, dan Indonesia Air Asia untuk penerbangan Jakarta-Solo Pulang Pergi, dan Silk Air untuk penerbangan Solo-Singapura Pulang Pergi serta Air Asia untuk penerbangan Solo-Kuala Lumpur.

Lion Air

Lion Air merupakan maskapai penerbangan swasta nasional asal Indonesia yang secara hukum didirikan pada tanggal 15 November 1999 dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 30 Juni 2000, dengan melayani rute penerbangan dari Jakarta menuju Pontianak menggunakan pesawat dengan tipe Boeing 737-200 yang pada saat itu berjumlah 2 unit. Berkantor pusat di Lion Air Tower, Jl. Gajah Mada No. 7 yang berada di kawasan Jakarta Pusat, PT. Lion Mentari Airlines atau yang biasa dikenal dengan Lion Air merupakan maskapai penerbangan berbiaya rendah (LCC) dengan mengusung slogan “*We Make People Fly*” (Hawari, 2018).

Kualitas Pelayanan

Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Emil, 2012). Identifikasi lima dimensi kualitas pelayanan berkualitas menurut (Chandra, 2011) yaitu, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*.

Penumpang

Penumpang adalah setiap orang yang diangkut ataupun yang harus diangkut di dalam alat pengangkutan, atas dasar persetujuan dari perusahaan ataupun badan yang menyelenggarakan angkutan tersebut (Psychologymania, 2021).

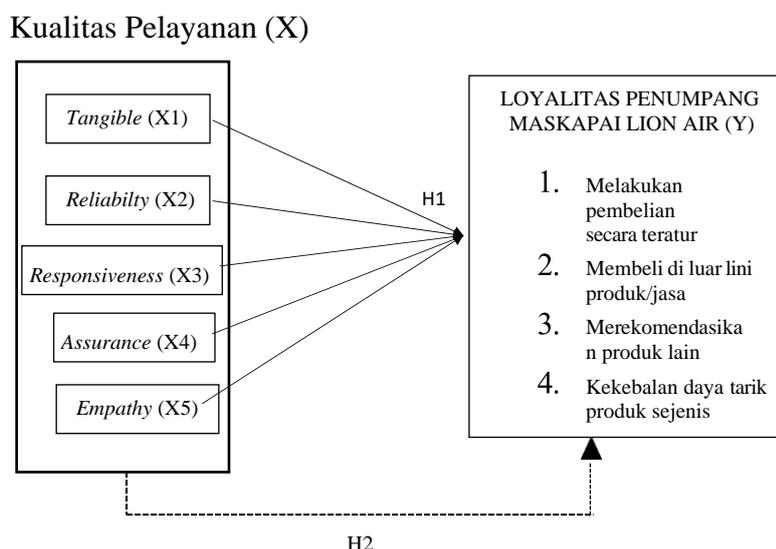
Loyalitas

Loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama (Kotler P. d., 2012).

Low Cost Carrier

Low Cost Carrier meminimalkan layanan konsumen dengan meniadakan katering, menggunakan e-tiket, dan pengurangan bagasi sehingga mampu mengurangi *operational cost* dalam sistem pelayanannya. Serta kapasitas kelas ekonomi yang ada di maskapai LCC lebih banyak dari penerbangan maskapai regular Wayan (2010) dalam (Caroline Ningtyas Ballo, 2019).

Kerangka Berfikir



Metode Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*) (Sugiyono,2015)

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang yang menggunakan jasa angkutan udara maskapai penerbangan Lion Air di bandar udara Adi Soemarmo Solo. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu dihitung dengan rumus *Slovin* yang dimana jumlah sampel ditentukan sebanyak 94 responden

Jenis Data dan Sumber Data

Teknik pengumpulan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket kuesioner dan menggunakan google form lalu di distribusikan dengan menyebar ke responden sebanyak 94 responden. Data yang terkumpul kemudian diolah

Tabel 1. Penilaian skala *likert*

No	Pilihan Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2

3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu meliputi:

Uji Instrumen

Uji Validitas

Untuk mengetahui apakah alat ukur dapat dikategorikan sesuai fungsinya maka perlu dilakukan uji validitas. Uji validitas berfungsi untuk melihat data yang didapat sudah valid atau sah sesuai dengan aturan penelitian. Adapun suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011).

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.

Perhitungan realibilitas pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS 23 dengan melakukan uji statistik Cronbach Alpha. Pada uji ini realibel jika alpha hitung $> 0,70$ dimana kriteria sebagai berikut: $\alpha \geq 0,70$ artinya instrumen reliabel.

$\alpha \leq 0,70$ artinya instrumen tidak reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Analisis berganda pada dasarnya digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan maskapai Lion Air sebagai variabel bebas yang terdiri dari *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *emphaty* (X5) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Persamaan model analisis regresi berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_i = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y_i = Loyalitas Pengguna Jasa Maskapai Lion Air

X_1 = *Tangibles* (Bukti Fisik)

X_2 = *Reliability* (Kehandalan)

X_3 = *Responsiveness* (Daya Tanggap)

X_4 = *Emphaty* (Empati)

X_5 = *Assurance* (Asuransi)

b_0 = Konstanta

$b_1 \dots b_5$ = Koefisiensi regresi variabel independent

E = Kesalahan estimasi

Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan dengan uji t (parsial). Dalam penelitian ini ditetapkan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) = 95% ($\alpha=5\%$).

Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hitung > nilai t tabel, menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Uji f

Pada dasarnya pengujian ini menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Jika F-hitung > F tabel maka model yang dirumuskan sudah tepat (*goodness of fit*). Uji F dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Membandingkan nilai F tabel dengan F hitung, Apabila F tabel > F hitung, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi. Apabila probabilitas signifikansi > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak/ signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji validitas dan uji realibilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan SPSS 23 dengan sumber data diperoleh dari 94 responden yang telah mengisi kuesioner dan konvensional nilai *sig.* (2-tailed) < 0,05 dan disimpulkan bahwa hasil uji instrument tersebut valid. Sedangkan uji realibilitas

Uji T

Uji t dilakukan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t table dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,935	1,722			1,705	,092
	Kualitas Pelayanan (Tangible) X1						
		-,039	,175	-,035		-,223	,824
	Kualitas Pelayanan (Realibility) X2						
		,691	,211	,636		3,281	,001
	Kualitas Pelayanan (Responsiveness) X3						
		-,170	,208	-,156		-,819	,415

Kualitas Pelayanan (Assurance) X4	,090	,244	,084	,370	,712
Kualitas Pelayanan (Emphaty) X5	,236	,211	,209	1,118	,267

Variabel kualitas pelayanan *tangible*:

Nilai t hitung < t tabel (-0,233 < 1,98667) maka kualitas pelayanan *tangible* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air (Y), maka H1: Kualitas pelayanan *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air.

Variabel kualitas pelayanan *realibility*:

Nilai t hitung > t tabel (3,281 > 1,98667) maka kualitas pelayanan *realibility* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air (Y), maka H1: Kualitas pelayanan *realibility* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air.

Variabel kualitas pelayanan *responsiveness*:

Nilai t hitung < t tabel (-0,819 < 1,98667) maka kualitas pelayanan *responsiveness* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air (Y), maka H1: Kualitas pelayanan *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air.

Variabel kualitas pelayanan *assurance*:

Nilai t hitung < t tabel (0,370 < 1,98667) maka kualitas pelayanan *assurance* (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air (Y), maka H1: Kualitas pelayanan *assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air.

Variabel kualitas pelayanan *emphaty*:

Nilai t hitung < t tabel (1,118 < 1,98667) maka kualitas pelayanan *emphaty* (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air (Y), maka H1: Kualitas pelayanan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang maskapai Lion air.

Uji F

Uji signifikansi simultan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara menyeluruh variabel independent kualitas pelayanan dan variabel dependen loyalitas pengguna maskapai Lion air. Dari hasil regresi linear berganda diperoleh nilai F sebesar 20,235 dengan signifikansi 0,000. Dengan $\alpha = 0,05$, df 88 maka diperoleh nilai F table sebesar 20,235.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	834,924	5	166,985	20,235	.000 ^b
	Residual	726,193	88	8,252		
	Total	1561,117	93			

Nilai F hitung 20.235 > 2,32 F tabel artinya variable *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4) dan *emphaty* (X5) berpengaruh secara simultan terhadap variable loyalitas penumpang maskapai Lion air (Y) maka H_a diterima dan H_o ditolak

Kesimpulan

Berdasarkan Uji T (parsial) diketahui bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) yang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas penumpang yaitu dimensi *reliability* dengan nilai t adalah 3,281 dengan signifikansi 824. Dengan $\alpha = 0,05$, df 92 maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98667. Karena nilai t hitung > t tabel (3,281 > 1,98667) maka kualitas pelayanan *realibility* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang.

Daftar Pustaka

- Adnan, A. A. (2013). "Theoretical Framework for Islamic Marketing: Do We Need a New Paradigm?". *International Journal of Business and Social Science*, vol. 4, no. 7, h.158-165.
- Airports, P. A. (2019, Desember 11). *PEMBANGUNAN BANDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA HAMPIR TUNTAS*. Retrieved from Angkasa Pura Airports Information: <https://ap1.co.id/id/information/news/detail/pembangunan-bandara-internasional-yogyakarta-hampir-tuntas>
- Ansofino, d. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika hlm 93*. Yogyakarta: Depublish.
- Ardhia, W. (2013). *Pangsa Pasar Penumpang Maskapai Lion Air di Bandara Pattimura*. Ambon. *Perhubungan Udara*, 3.
- Azmarani, A. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan Low Cost Carrier (Studi Deskriptif di PT Citilink Indonesia Cabang Surabaya. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 4(3).
- Caroline Ningtyas Ballo, F. A. (2019). PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI MASKAPAI LOW COST CARRIER (LCC) DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA. *Manajemen*, 4-5.
- Chandra., F. &. (2011). *Service Quality & Stasification*. Yogyakarta: Andi.
- Dr. Lili Suryati, S. M. (2015). *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dr. Wahidmurni, M. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif. *Ilmu tarbiyah dan keguruan*, 13.
- Dr.M.Anang Firmansyah, S. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Semarang: Qiara Media.
- Emil, L. W. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Shop Kofisyop Tembalang*. Hal 19. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Faizin, I. (2017). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN NILAIJUAL MADRASAH. *Madaniyah, Volume 7 Nomor 2*, 3
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, Cetakan VI*. Semarang: Erlangga Jakarta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19,..... hlm 139*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty How To Earn it, How Keep It I*. Kentucky: McGraw-Hill.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty how to earn it, how keep it I*. Kentucky: McGraw Hill.
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS Muda Mengolah data dengan IBM SPSS tatistics. hlm 93*. Yogyakarta: Depublish.
- Hawa Bunga Yowanda, M. K. (2017). STRATEGI PEMASARAN PENERBANGAN BERKONSEP LOW COST CARRIER (LCC) DAN DAYA SAING PERUSAHAAN. *Administrasi Bisnis*, 3-4.
- Hawari, F. (2018). EVALUASI AIRQUAL (AIRLINE QUALITY) PADA MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR. *Manajemen*, 4.
- Heri Priyanto, A. K. (2015). PERENCANAAN SISI UDARA (RUNWAY, TAXIWAY, DAN APRON) BANDARA BARU DI KABUPATEN KETAPANG. *Teknik Sipil*, 2.
- Hodi, Umar, S. H., & Fakhrudin, A. (2017). PREDIKSI TINGKAT PERTUMBUHAN PENUMPANG DAN EVALUASI INTERNASIONAL DI INDONESIA. *Manajemen Dirgantara*, 2.
- IMPLEMENTASI METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) DAN ELIMINATION ET CHOIX TRADUISANT LA REALITE (ELECTRE) DALAM EVALUASI PERFORMA MASKAPAI PENERBANGAN

- LOWCOST CARRIER (LCC) DI INDONESIA. (2020). *Sains dan Teknologi*, 32.
- Jaka, A. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, Vol.2 , 5.
- Khaerunnisa. (2017). PENGARUH BANDAR UDARA INTERNASIONAL SULTAN HASANUDDIN TERHADAP PENGEMBANGAN SPASIAL DI SEKITARNYA. *Sains dan Teknologi*, 31.
- Kompas.com. (2010, July 17). *Penumpang Lion Air Merasa Ditelantarkan*. Retrieved from Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2010/07/17/23370840/regionalindonesia20t%20imur>
- Kompas.com. (2020, Agustus 08). *Melihat YIA Kulon Progo yang Disebut Jokowi sebagai Bandara Terbaik di Indonesia*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/28/170400365/melihat-yia-kulon-progo-yang-disebut-jokowi-sebagai-bandara-terbaik-di?page=all>
- Kotler, P. d. (2012). *Marketing Management*. Essex: Pearson Education Inc.
- Mahmud, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mauludin, Z. T. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air. *Prosiding Manajemen*, 66-71.
- Nanik Rianandita Sari, I. A. (2020). PERSEPSI PENUMPANG TERHADAP YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT KULON PROGO. *Manajemen Transportasi Udara*, 2.
- Nuroho, R. A. (2011). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEUNGGULAN BERSAING PADA MASKAPAI PENERBANGAN. *Ekonomi Manajemen*, 15-16.
- Octaviany, D. J. (2015). HUBUNGAN TIPE KEPRIBADIAN OCEAN DAN BRAND TRUST PADA KONSUMEN MASKAPAI PENERBANGAN LOW COST CARRIER. *Jurnal Psikologi*, 2.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Pradana, R. S. (2020, Maret Jumat). <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210309/98/1365644/lion-air-raja-pasar-rute-domestik-2020-garuda-posisi-empat>. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com>: <https://ekonomi.bisnis.com>
- Pratama, M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Big Five Personality Terhadap loyalitas Konsumen Maskapai Lion Air. *Psikologi*, 25-26.
- Priyatno, D. (2011). *Buku Saku SPSS. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Mediakom. Psychologymania. (2021, Agustus 7). *Pengertian Penumpang*. Retrieved from Psychologymania.com: <https://www.psychologymania.com/2013/06/pengertian-penumpang.html>
- Publik, B. K. (2021, Agustus 06). *Resmikan Bandara Internasional Yogyakarta, Presiden RI: Ini Bandara Terbaik Di Indonesia*. Retrieved from Kementerian Perhubungan Republik Indonesia: <http://dephub.go.id/post/read/resmikan-bandara-internasional-yogyakarta,-presiden-ri--ini-bandara-terbaik-di-indonesia>
- Ravitaningsum, A. S. (2018). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR DI YOGYAKARTA. *Manajemen Ekonomi*, 19-20.
- Relations, L. A. (2020, Agustus senin). <https://www.lionair.co.id>. Retrieved from <https://www.lionair.co.id/tentang-kami/newsroom/2020/08/05/penjelasan-lion-air-terhadap-penanganan-jumlah-penumpang-dan-pengaturan-jarak-dalam-kabin-pesawatpada-contoh-penerbangan-jt-635-rute-bengkulu-ke-soekarno-hatta-tangerang-dan-penerbangan-jt-554-rut>: <https://www.lionair.co.id>
- Rizki, Y. S., & Yuliana, D. (2011). PENELITIAN KEPUASAN PENGGUNA JASA TERHADAP PELAYANAN PT. LION AIR DI BANDARA DJALALUDDIN - GORONTALO. *Perhubungan*, 2.
- Rosadi, A. (2020, September 11). *Sejarah Bandara Internasional Yogyakarta*. Retrieved from Pointsgeek: <https://pointsgeek.id/bandara-internasional-yogyakarta/>
- Sabella, F. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Citra Merek Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Penerbangan Lion Air. *Ekonomi dan Bisnis*, 34.
- Sari, N. R., & Karnoen, I. A. (2020). PERSEPSI PENUMPANG TERHADAP YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT KULON PROGO. *Manajemen Transportasi Udara*, 3.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi Mix Methods*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukma Bakti, H. H. (2011). PENGARUH ORIENTASI PASAR DANNILAI PELANGGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR. *Manajemen Pemasaran Modern*, 4.

- Suryadi,N. (2019, februari jumat). <https://blog.ub.ac.id/nadiasari05/2019/02/26/analisis-swot-pada-lion-air/>. Retrieved from <https://blog.ub.ac.id/>: <https://blog.ub.ac.id/>
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Warta, A. (2013). Peran Maskapai Penerbangan Berbiaya Murah/Low Cost Carrier (LCC) di Bandara Adisutjipto-Yogyakarta Untuk Mendukung Peningkatan Jumlah Wisatawan Domestik. *Perhubungan Udara*, 2.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT.INDEKS.
- Zainuddin, T. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. *Ekonomi dan Bisnis*, 5