

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA INDUSTRI PENERBANGAN MENGGUNAKAN MODEL SERVQUAL

¹Dhiani Dyahjatmayanti, Dini Septiani Putri

^{1), 2)} *Manajemen Transportasi, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan*

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan pengguna jasa penerbangan dengan menggunakan model SERVQUAL. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pengguna jasa. Desain penelitian adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu berupa hasil pengisian kuisioner yang dibagikan secara acak kepada para pengguna jasa di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang. Metode yang digunakan untuk menganalisis data ialah uji regresi linear berganda, uji parsial dan uji simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna jasa yaitu tangible (p 0,044), reliability (p 0,037), responsiveness (p 0,029), assurance (p 0,393), empathy (p 0,267). Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pengguna jasa di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang adalah bukti fisik (tangible) dengan nilai beta 0,214.

Kata kunci: kualitas pelayanan, customer service, model SERVQUAL.

Abstract

This study aims to analyze the effect of customer service quality on flight service user satisfaction using the SERVQUAL model. In addition, this study aims to analyze the most dominant variables affecting customer service user satisfaction. This is a descriptive quantitative study. The primary data were collected through questionnaires that are distributed randomly to service users at Ahmad Yani International Airport Semarang. The method used to analyze the data is multiple linear regression test, partial test and simultaneous test. The results showed that the variables that affect the level of service user satisfaction are tangible (p 0.0444), reliability (p 0.037), responsiveness (p 0.029), assurance (p 0.393), empathy (p 0.267). The most dominant variable affecting service user satisfaction at Ahmad Yani International Airport Semarang is physical evidence (tangible) with a beta value of 0.214.

Keywords: service quality, customer service, SERVQUAL Model.

Pendahuluan

Transportasi udara mempunyai keunggulan dalam segi kecepatan dibandingkan dengan moda transportasi lainnya (Haryanto dan Wiryanta, 2018). Dalam rangka memenuhi kebutuhan pengguna jasa, perusahaan pada industri penerbangan seperti *airline* dan bandar udara melakukan berbagai usaha. Produk bandar udara yang dijual kepada pengguna jasa seperti penyediaan fasilitas dan pemberian jasa pelayanan bandar udara. Bandar udara berusaha memberikan layanan yang terbaik agar kebutuhan pengguna jasa terpenuhi dan pada akhirnya akan memberikan keuntungan pada Bandar udara.

Kebutuhan dan keinginan pengguna jasa semakin bertambah dan bervariasi sehingga bandar udara harus berusaha melakukan evaluasi kepuasan pengguna jasa agar dapat diketahui seberapa besar tingkat kepuasan pengguna jasa. Menurut Sugiardi *et al.*, (2014), kepuasan pelanggan pada sektor jasa merupakan reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja layanan tertentu. Salah

¹ Email Address : dhiani.dyahjatmayanti@sttkd.ac.id

Received 3 Desember 2020, Available Online 30 Desember 2020

satu cara mengukur kepuasan pengguna jasa ialah melalui pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keandalan layanan yang diharapkan dan pengendalian atas keandalan layanan untuk memenuhi keinginan pengguna jasa (Marlius dan Putriani, 2019). Tjiptono (2011) dalam Sanistasya (2015) mengatakan bahwa usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangkan harapan pengguna jasa disebut dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan dan sudut pandang penilaian pengguna jasa.

Menyadari pentingnya kualitas jasa, salah satu unit yang berperan penting bagi kelangsungan pemberian jasa pelayanan pada pengguna jasa bandar udara adalah *Customer Service*. Bandar udara dapat mengetahui apa yang menjadi harapan pengguna jasa melalui *Customer Service*. *Customer Service* sendiri adalah pihak yang menjadi jembatan antara Bandar udara dengan pengguna jasa. *Customer Service* bandar udara dituntut untuk berperilaku ramah dan komunikatif karena *Customer Service* yang selalu bertegur sapa dengan pengguna jasa transportasi penerbangan. Keahlian tersebut sangat diperlukan bagi *Customer Service* agar pengguna jasa yang ingin menyampaikan keluhan atau pertanyaan merasa dihargai.

Beberapa penelitian yang mengukur kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan *Customer Service* telah dilakukan seperti pada pelayanan *Customer Service* di sektor jasa perbankan. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan *Customer Service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Sanistasya, 2015; Bolang et al., 2015; Marlius, 2017; Marlius dan Putriani, 2019).

Di bandar udara juga mempunyai Unit *Customer Service*. Tugas *Customer Service* di bandar udara antara lain menyediakan pelayanan informasi mengenai penerbangan, kebandarudaraan, kepariwisataan dan informasi umum lainnya secara langsung kepada pengguna jasa. Selain itu, *Customer Service* juga berkontribusi mengontrol fasilitas pelayanan, serta menanggapi, menyelesaikan dan melakukan pencatatan saran/keluhan pengguna jasa secara langsung maupun melalui telepon, sms dan website. Melihat pentingnya peran *Customer Service* bandar udara dalam menyediakan pelayanan kepada pengguna jasa maka penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan pengguna jasa penerbangan. Adapun kualitas pelayanan yang dikaji adalah 5 (lima) dimensi, yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) atau dikenal dengan Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman (Parasuraman et al, 1985, 1988). Model SERVQUAL banyak digunakan di berbagai sektor industri untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. SERVQUAL memiliki kegunaan luas dalam industri penerbangan (Chen, 2016 di dalam Büyüközkan et al., 2020).

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Kepuasan Pelanggan (Pengguna Jasa)

Kepuasan pelanggan adalah pikiran multidimensi dan luas dimana banyak variabel yang berbeda secara langsung dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan seperti nama merek, kualitas produk atau layanan, tenaga penjualan, layanan purna jual dan lain-lain (Jap, 2013). Oleh karena itu, untuk membuat pelanggan puas, penting bagi perusahaan untuk menempatkan banyak faktor yang berbeda ke dalam perspektif dan untuk mempertimbangkan evaluasi berkelanjutan dan peningkatan aktivitas layanan seperti menangani pertanyaan pelanggan dan keluhan, memenuhi harapan pelanggan dan lain-lain (Sivadas dan Baker-Prewitt, 2000).

Brown dan Lam (2008) mengatakan bahwa dalam transportasi udara, kepuasan pelanggan sebagai elemen penting dalam hubungan antara perusahaan dan pasar. Kepuasan pelanggan bisa menjadi indikator kinerja perusahaan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan harus menginvestasikan sumber daya yang signifikan dalam peningkatan kepuasan pelanggan (Fornell, 1992). Dalam industri transportasi udara, perusahaan menikmati pendapatan tinggi saat kepuasan pelanggan meningkat karena saat pelanggan merasa puas, mereka cenderung mengulangi pembelian jasa penerbangan. Selain itu, pelanggan akan bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan layanan yang sama (Dresner & Xu, 1995).

Konsep Kualitas Pelayanan (Service Quality/SQ) dan Model SERVQUAL

Kualitas pelayanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangkan harapan pelanggan (Tjiptono, 2007). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) menyarankan kualitas layanan adalah prasyarat untuk kepuasan pelanggan. Beberapa studi tentang industri penerbangan telah menemukan hubungan yang signifikan antara kualitas layanan yang dirasakan dengan kepuasan pengguna jasa (Hussain, Al Nasser, dan Hussain, 2014; Mahmud, Jusoff dan Hadijah, 2013; Park, 2010). Oleh karena itu, dalam pasar transportasi udara, kepuasan pelanggan berperan penting dalam menilai kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (Park, Robertson dan Wu, 2006).

SQ (*Service Quality*) tidak berwujud dan tidak jelas (Parasuraman et al., 1985). Situasi ini mengandalkan keyakinan kinerja layanan yang mencerminkan harapan dan keinginan dari pelanggan (Oliver, 1981). Jika seorang pelanggan menginginkan untuk membeli produk yang sama kembali karena pengalaman positif tentang produk. Hal ini akan menyebarkan dari mulut ke mulut pelanggan potensial lainnya. SQ berhubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan. Ada hubungan antara SQ, nilai yang dirasakan pelanggan dan kepuasan pelanggan (Hapsari et al., 2016).

Tabel 1. Deskripsi Dimensi SERVQUAL

Dimensi	Deskripsi
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Peralatan (teknologi), penampilan personil, dan fasilitas fisik.
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Keterampilan melakukan komitmen yang dibuat pada layanan dapat diandalkan dan akurat, serta ketepatan waktu.
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Mengidentifikasi kerusakan/kekurangan segera, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pengaduan, memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan,
Jaminan (<i>Assurance</i>)	Kompetensi dan pengalaman karyawan, sikap dan perilaku karyawan, profesionalisme.
Empati (<i>Empathy</i>)	Perhatian karyawan yang dipersonalisasi, interaksi individual antara pelanggan dengan karyawan.

Sumber: Parasuraman (1988); Qodri (2015); Astisha (2019); Büyüközkan *et al.* (2020); Shokouhyar *et al.* (2020).

Parasuraman *et al.* (1988) mengembangkan metode multi item untuk mengetahui persepsi pelanggan. Metode tersebut disebut dengan Model SERVQUAL. Model SERVQUAL

mempertimbangkan kualitas pelayanan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan. Model SERVQUAL ini memiliki 5 (lima) dimensi utama seperti tersaji pada Tabel 1. Model SERVQUAL banyak digunakan di berbagai sektor industri untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. SERVQUAL memiliki kegunaan luas dalam industri penerbangan (Chen, 2016 di dalam Büyüközkan et al., 2020). Selain itu, model SERVQUAL memiliki kemampuan untuk diatur ulang sesuai dengan perubahan waktu dan kebutuhan (Büyüközkan et al., 2020).

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho : Tidak ada hubungan antara variabel – variabel dalam kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pengguna jasa Bandar Udara Ahmad Yani Semarang.

Ha : Terdapat hubungan antara variabel-variabel dalam kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pengguna jasa Bandar Udara Ahmad Yani Semarang.

Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah kuantitatif. Objek penelitian adalah pengguna jasa Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang. Penelitian kuantitatif menggunakan pertanyaan dengan standar formal menggunakan pilihan jawaban yang telah ditetapkan sebelumnya, dituangkan ke dalam kuesioner dan ditujukan kepada sejumlah responden (Hair et al., 2006). Variabel independen dalam penelitian ini adalah dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan menggunakan model SERVQUAL, yakni *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Empathy* (X4), *Assurance* (X5). Sementara, variabel dependennya adalah kepuasan pengguna jasa (Y). Keseluruhan *item* dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert 5 point. Populasi dalam penelitian adalah 490 pengguna jasa Bandar Udara Ahmad Yani Semarang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan cara *simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 87 pengguna jasa dengan menggunakan rumus Slovin. Data primer yang berasal dari pengisian kuesioner dianalisis regresi linear berganda, uji parsial (t), dan uji simultan (F).

Hasil dan Pembahasan

Reponden pada penelitian ini adalah para pengguna jasa Unit *Customer Service* Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 87 responden. Seluruh responden mengisi kuisisioner dan hasilnya dapat digunakan dalam analisis data. Dari data pengisian kuesioner dilakukan analisis data sehingga dapat diketahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pengguna jasa penerbangan dengan menggunakan model SERVQUAL Kemudian, memperoleh variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pengguna jasa.

Karakteristik Responden

Sebelum menjawab pertanyaan inti mengenai hubungan antara variabel-variabel kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pengguna jasa Bandar Udara Ahmad Yani Semarang, responden diminta memberikan profilnya meliputi jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Berdasarkan hasil isian kuesioner dari 87 responden diantaranya 57,5% berjenis kelamin pria dan 42,5% berjenis kelamin wanita, 35,6 % berusia 25 – 34 tahun, 34,48% bekerja sebagai karyawan swasta. Data lengkap mengenai karakteristik responden tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden Penelitian

Profil	Deskripsi	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	50	57,5
	Wanita	37	42,5
	Jumlah	87	100,00
Usia	17 – 24 tahun	18	20,7
	25 – 34 tahun	31	35,6
	35 – 44 tahun	19	21,8
	45 – 54 tahun	13	14,9
	>55	6	7,0
	Jumlah	87	100,00
Pekerjaan	PNS	25	28,74
	Karyawan Swasta	30	34,48
	Wiraswasta	17	19,54
	TNI/POLRI	6	6,9
	Lainnya	9	10,34
	Jumlah	87	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Hubungan antara variabel – variabel dalam kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pengguna jasa Bandar Udara Ahmad Yani Semarang

Untuk mengetahui hubungan hubungan antara variabel – variabel dalam kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pengguna jasa Bandar Udara Ahmad Yani Semarang, dilakukan melalui uji regresi linear berganda, uji parsial dan uji simultan. Tabel 2 menunjukkan hasil pengaruh *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Empathy* (X4), *Assurance* (X5) terhadap kepuasan pengguna dengan perhitungan analisis regresi linear berganda yang menggunakan aplikasi SPSS versi 21.0 for Windows.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Signifikansi
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,031	3,203		3,444	0,001
Total X1	0,214	0,114	0,205	1,882	0,044
Total X2	0,094	0,120	0,084	0,781	0,037
Total X3	-0,241	0,109	-0,240	-2,220	0,029
Total X4	-0,001	0,144	-0,001	-0,009	0,393
Total X5	-0,068	0,119	-0,064	-0,064	0,267

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 21.0 for windows (2018)

Merujuk Tabel 2, perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21.0 for windows diperoleh hasil persamaan $Y=11,031+0,214X_1+(0,094)X_2+(-0,241)X_3+(-0,001)X_4+(-0,068)X_5+e$.

Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,044. Dengan begitu $0,044 < 0,05$, maka nilai tersebut dapat membuktikan H_{a1} diterima, yang menunjukkan bahwa Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik adalah adanya penampakan berupa fasilitas dan peralatan penunjang petugas/karyawan ataupun sarana komunikasi yang menyertai produk seperti fasilitas, karyawan dan material komunikasi dan peralatan (Parasuraman, 1988; Qadri, 2015; Büyüközkan *et al.*, 2020).

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,037. Dengan begitu $0,037 < 0,05$, maka nilai tersebut dapat membuktikan H_{a2} diterima, yang berarti bahwa Keandalan (*Reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Keandalan adalah kemampuan untuk mewujudkan produk seperti yang telah dijanjikan, dan seberapa jauh kemampuan bandar udara menyediakan pelayanan yang akurat dan tidak ada error, seperti tepat waktu, bebas kesalahan, kemauan dan kejujuran petugas dan adil dalam pelayanan (Parasuraman, 1988; Qadri, 2015; Büyüközkan *et al.*, 2020)

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,029. Dengan begitu $0,029 < 0,05$, maka nilai tersebut dapat membuktikan H_{a3} diterima, yang berarti bahwa *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu keinginan membantu pengguna jasa dan menyediakan kecepatan serta ketepatan pelayanan, seperti pertanyaan dijawab dengan cepat, keluhan diselesaikan dengan cepat, dan mempunyai pengetahuan dan keterampilan (Parasuraman, 1988; Qadri, 2015; Büyüközkan *et al.*, 2020).

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,393. Dengan begitu $0,393 < 0,05$, maka nilai tersebut dapat membuktikan H_{a4} diterima, yang berarti bahwa *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Empati adalah memperlakukan pengguna jasa sebagai individu dan memahami kebutuhan dan keinginan pengguna jasa. Pengguna jasa mudah mengakses staf, layanan dan informasi (Parasuraman, 1988; Qadri, 2015; Büyüközkan *et al.*, 2020).

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,267. Dengan begitu $0,267 < 0,05$, maka nilai tersebut dapat membuktikan H_{a5} diterima, yang berarti *Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan dan kepastian (*Assurance*) berarti pengetahuan tentang kompetensi, kesopanan staf, rasa hormat kepada pengguna jasa, kejujuran dan kerahasiaan, keselamatan dan keamanan (Parasuraman, 1988; Qadri, 2015; Büyüközkan *et al.*, 2020).

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Pada penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dilakukan uji F. Hasil pengujian simultan (Uji F) tersaji pada Tabel 3.

Tabel 3. Pengujian Simultan (Uji F) ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	2,334	5	1,765	2,180	.041b
<i>Residual Total</i>	226,544	75	2,191		
	218,667	79			

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 21.0 for windows (2018)

Dari hasil uji F pada Tabel 3 diperoleh F_{hitung} probabilitas sebesar 0,041. Karena signifikan F_{hitung} sebesar 2,180 dan $<5\%$ ($0,041 < 0,05$), maka nilai tersebut diterima. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *Customer Service* memberikan pengaruh kepada kepuasan pengguna jasa. Hasil ini selaras dengan hasil penelitian Monoarfa, Usman dan Tausyanah (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan maskapai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna jasa secara langsung dan juga dimediasi secara tidak langsung oleh kepuasan pengguna jasa, yang artinya semakin baik tingkat kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa.

Berdasarkan penelitian ini, dari kelima variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* maka variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang yaitu *tangible*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai beta yang paling besar dan menjauhi 0 yakni 0,214. *Tangible* berpengaruh secara dominan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dibuktikan bahwa rata-rata pengguna jasa memilih melalui bukti fisik (*tangible*) dari para petugas *Customer service* Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Subekti dan Purnama (2015) yang meneliti kualitas pelayanan Terminal Kargo di Bandar Udara Juwata Tarakan, dimana memberikan hasil bukti fisik (*tangible*) dan empati (*empathy*) adalah dimensi pelayanan dengan nilai gap paling tinggi dan memerlukan perhatian dari pengelola terminal kargo.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 5 (lima) variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna jasa, dengan hasil pengujian signifikansi dari masing-masing variabel antara lain *Tangible* (0,044), *Reliability* (0,037), *Responsiveness* (0,029), *Assurance* (0,393), dan *Empathy* (0,267). Variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang adalah *Tangible* yaitu nilai beta 0,214.

Daftar Pustaka

- Amstrong, K. d. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Astisha, W. 2019. *Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Bolang, V. R., Masie, J. D., & Soegoto, A. S. 2015. Peran Pelayanan Teller dan Costumer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Brown, S. P., & Lam, S. K. 2008. A meta-analysis of relationships linking employee satisfaction to customer responses. *Journal of Retailing*, 84(3), 243–255. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.06.001>.
- Büyüközkan, G., Havle, C. A., & Feyzioğlu, O. 2020. A new digital service quality model and its strategic analysis in aviation industry using interval-valued intuitionistic fuzzy AHP. *Journal of Air Transport Management*, 86, 101817.
- Dresner, M., & Xu, K. 1995. Customer service, customer satisfaction, and corporate performance in the service sector. *Journal of Business Logistics*, 16(1), 23–40.
- Fornell, C. 1992. Customer satisfaction barometer : The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6–21.
- Hair, J.F, Bush, R.P, and Ortinau, D.J. 2006. *Marketing Research*. New York: McGraw-Hill, 3rd ed.
- Hapsari, R., Clemes, M., Dean, D., 2016. The mediating role of perceived value on the relationship between service quality and customer satisfaction: evidence from Indonesian airline passengers. *Procedia.Finance Econ*. 35, 388–395.

- Haryanto, I. 2018. *Studi kasus perencanaan sistem dan teknik transportasi udara di Indonesia*. UGM PRESS.
- Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. 2014. Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167–175. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2014.10.001>.
- Jap, S., 2013. The strategic role of the salesforce in developing customer satisfaction across the relationship lifecycle. *J. Personal Sell. Sales Manag.* 21 (2), 95–108.
- Mahmud, A., Jusoff, K., & Hadijah, S. T. 2013. The effect of service quality and price on satisfaction and loyalty of customer of commercial flight service industry. *World Applied Sciences Journal*, 23(3), 354–359. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.23.03.13052>.
- Marlius, D & Putriani, I. 2019. Kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan dilihat dari kualitas layanan customer service. *Jurnal Pundi*, 03 (02), 111-122. DOI:10.31575/jp.v3v2.151.
- Moleong, L. J. 2004. Metode kualitatif. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Monoarfa, T., Usman, O., & Tausyanah, T. 2020. The implication of AIRQUAL and brand credibility on passengers' satisfaction in airlines industry. *Management Science Letters*, 10(15), 3655-3662.
- Oliver, R.L. 1981. Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *J. Retailing* 57(3), 27–48.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L., 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *J. Market.* 49, 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. 1988. SERVQUAL: a multiple-item method for measuring consumer perceptions of service quality. *J. Retailing* 64 (1), 12–40.
- Park, J.-W. 2010. The effect of frequent flyer programs: A case study of the Korean airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 16(5), 287–288. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2010.02.007>.
- Park, J.-W., Robertson, R., & Wu, C.-L. 2006. Modelling the impact of airline service quality and marketing variables on passengers' future behavioural intentions. *Transportation Planning and Technology*, 29, 359–381. <https://doi.org/10.1080/03081060600917686>.
- Qadri, U.A. 2015. Measuring Service Quality Expectation and Perception Using SERVQUAL: A Gap Analysis. *Bus Eco J* 6: 162. doi:10.4172/2151-6219.1000162.
- Sanistasya, P. A. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT . Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 231–243. <https://doi.org/2355-5408>.
- Shokouhyar, S., Shokoohyar, S., & Safari, S. 2020. Research on the influence of after-sales service quality factors on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102139.
- Sivadas, E., Baker Prewitt, J.. 2000. An examination of the relationship between service quality, customer satisfaction, and store loyalty. *Int. J. Retail Distrib. Manag.* 28 (2), 73–82.
- Subekti, S., & Purnama, M. H. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan Terminal Kargo di Bandar Udara Juwata Tarakan. *Warta Ardhia*, 41(1), 29-38.
- Sugiardi, N. M., Nuridja, I. M., & Indrayani, L. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah Pada PT BPR Ulatidana Rahayu Di Kecamatan Sukawati Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Tjiptono, F. 2007. Strategi Pemasaran, edisi kedua. *Yogyakarta: Andi*.