

# FASILITAS BANDARA (*LAND SIDE*) BANDAR UDARA INTERNASIONAL BANYUWANGI BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19

<sup>1</sup>Arif Fakhruhin, <sup>2</sup>Yulia Aji Puspitasari

<sup>1,2</sup>Manajemen Transportasi, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

## Abstrak

Fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian. Penelitian ini menggunakan satu variabel independen yaitu Fasilitas Bandara (*Land Side*) dan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling yaitu konsumen yang berada di Bandar Udara Internasional Banyuwangi dengan jumlah 100 responden. Pengumpulan data menggunakan metode kuisioner. Dalam menganalisis data instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas. Dan untuk menguji hipotesis dari penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier sederhana, koefisien determinan, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji hipotesis Fasilitas Bandara (*Land Side*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bandar Udara Internasional Banyuwangi. Hasil koefisien determinan pada penelitian ini diperoleh nilai determinan sebesar 0,130 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel Fasilitas Bandara (*Land side*) (*X*) terhadap variabel kepuasan konsumen (*Y*) adalah 13%.

**Kata Kunci:** Fasilitas Bandara (*Land Side*), Kepuasan Konsumen.

## Abstract

Facilities are part of the service marketing variable which has an important role, because services delivered to customers often really need supporting facilities in their delivery. This study uses one independent variable, namely Airport Facilities (*Land Side*) and one dependent variable, namely customer satisfaction. The method in this study is a quantitative descriptive method, while the sampling technique in this study is non-probability sampling, namely consumers who are at Banyuwangi International Airport with a total of 100 respondents. Data collection uses a questionnaire method. In analyzing the instrument data used is the test of validity and reliability. And to test the hypothesis of this study using simple linear regression data analysis, determinant coefficient, and t test. The research results show that the indicators in this study are valid and reliable. In the airport facility (*Land Side*) hypothesis test, it has a positive and significant influence on customer satisfaction at Banyuwangi International Airport. The results of the determinant coefficient in this study obtained a determinant value of 0.130 which means that the magnitude of the influence of the Airport Facilities (*Land side*) variable (*X*) on consumer satisfaction variable (*Y*) is 13%.

**Keywords:** Airport Facilities (*Land side*), Consumer Satisfaction.

## Pendahuluan

Kabupaten Banyuwangi sebagai salah satu kabupaten di wilayah provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi sumber daya alam yang cukup besar, meliputi sektor agraris, maritim, industri, perdagangan dan pariwisata. Aksesibilitas menuju dan keluar daerah Kabupaten Banyuwangi dipandang secara vital guna menunjang pertumbuhan ekonomi daerah baik bagi pendapatan daerah, regional maupun nasional. Pertumbuhan ekonomi cukup pesat memberikan kontribusi terhadap kenaikan mobilitas dari dan menuju Kabupaten Banyuwangi (Hery, 2004).

Sarana transportasi darat dan laut yang ada dengan menggunakan jasa angkutan kendaraan maupun kereta api ataupun kendaraan pribadi serta kapal laut atau *ferry* dirasa masih belum memenuhi untuk

<sup>1</sup> Email Address : [arif.fakhruhin@sttkd.ac.id](mailto:arif.fakhruhin@sttkd.ac.id)

Received 31 Agustus 2022, Available Online 15 Desember 2022

melayani tingkat kebutuhan transportasi yang menuntut kecepatan mobilitas masyarakat di masa akan datang. Salah satu alternatif moda transportasi yang dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi untuk memfasilitasi pergerakan manusia dan barang sebagai konsekuensi dari usaha peningkatan dan pengembangan sumber daya alam dan manusia dalam skala nasional maupun internasional. Untuk kebutuhan sarana transportasi udara ini, maka pemerintah Kabupaten Banyuwangi membangun Bandar Udara Internasional Banyuwangi (Hery, 2004).

Pemasaran adalah proses sosial yang terjadi ketika seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain (Kotler, 2010a). Menurut Soegoto (2013), pemasaran adalah sebuah proses perencanaan untuk menjalankan konsep, harga, promosi, dan distribusi sejumlah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi. Jadi, pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui proses penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain.

Menurut Schnaars dalam Tjiptono, (2005) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dapat timbul karena pengalamannya bertransaksi dengan perusahaan, sehingga hal itu memberikan reaksi positif pelanggan berdampak besar pada kelangsungan usaha atau hubungan jangka panjang (Ermawati, Sudiro & Khusniyah, 2016).

Menurut Tjiptono, (2005), bahwa tersedianya fasilitas adalah secara fisik, perlengkapan, sarana komunikasi dan lainnya harus ada dalam proses jasa. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas dan yang disediakan suatu bandara, maka konsumen akan semakin puas dan konsumen akan terus memilih bandara tersebut. Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau layanan jasa yang ditawarkan (Andari, 2017).

Menurut Hasan (2009), kepuasan konsumen adalah suatu persepsi atas suatu produk berupa barang atau jasa yang memberikan kepuasan kepadanya apabila terpenuhi harapannya. Kepuasan merupakan perasaan puas yang timbul ketika konsumen membandingkan persepsi mereka mengenai kinerja produk atau jasa dengan harapan mereka (Maharani, 2010). Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi sikap berikutnya setelah ia menggunakan atau merasakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelanggan yang merasa puas akan mengulangi penggunaan produk atau jasa tersebut (Muktiono, 2014).

### **Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2005). Fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaiannya (Santosa, 2007). Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada (Srijani, 2017).

Menurut Kotler (2010a), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul

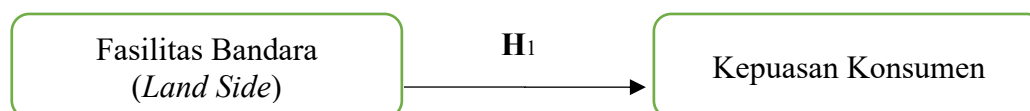
setelah ia membandingkan kinerja (hasil) produk yang ia pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Selanjutnya, Endarwita (2013) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen menciptakan retensi konsumen (*consumer retention*) yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan, karena biaya untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada akan lebih murah daripada biaya untuk mencari konsumen baru. Prasetyo (2013) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon mereka terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang mereka rasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Penelitian yang dilakukan Srijani, (2017) dengan judul pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana, (2017) dengan judul pengaruh fasilitas, layanan dan informasi aksesibilitas terhadap tingkat kepuasan penumpang di Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung”. Menghasilkan kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan penumpang Bandar Udara Husein Sastranegara Bandung. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka penelitian ini mengajukan hipotesis kesatu (H1) sebagai berikut:

H1: Fasilitas Bandara (*Land Side*) Bandara Internasional Banyuwangi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi Covid-19.

Kondisi tersebut melatarbelakangi pentingnya penelitian ini untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini lebih memfokuskan pada variabel penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu Fasilitas Bandara (*Land Side*). Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Fasilitas Bandara (*Land Side*) Bandar Udara Internasional Banyuwangi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Masa Pandemi Covid-19.

Penelitian ini dimaksudkan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen tersebut adalah Fasilitas Bandara (*Land Side*), sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan konsumen di Bandara Internasional Banyuwangi. Hubungan antar variabel tersebut digambarkan dalam model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Model Penelitian**

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode *survey* untuk mengumpulkan data primer menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Penelitian ini mengkaji pengaruh variabel independen, yaitu Fasilitas Bandara (*Land Side*) (X) terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen (Y). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang memberikan kebebasan kepada peneliti untuk memilih sampel

sesuai kriteria tertentu (Priyatno, 2010). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah penumpang yang pernah menggunakan Fasilitas Bandara (*Land Side*) di Bandara Internasional Banyuwangi. Definisi operasional variabel, indikator, dan skala pengukuran setiap variabel dalam penelitian ini disajikan dalam rincian pada Tabel 1. Penelitian ini juga menyajikan hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dan reliabel.

**Tabel 1. Definisi, Indikator, dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Fasilitas Bandara (X)	Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perencanaan spasial.</li> <li>2. Perencanaan ruangan.</li> <li>3. Perlengkapan/perabotan.</li> <li>4. Tata cahaya.</li> <li>5. Warna.</li> <li>6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.</li> </ol>	Diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5.
2	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan dimana dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem keluhan dan Saran</li> <li>2. Survey kepuasan pelanggan</li> <li>3. Pembeli bayangan</li> <li>4. Analisa pelanggan yang lari</li> </ol>	Diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5.

Sumber: Srijani, (2017)

## Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah penumpang yang pernah menggunakan Fasilitas Bandara (*Land Side*) Bandara Internasional Banyuwangi di Masa Pandemi Covid-19. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan, peneliti berpedoman pada rekomendasi yang dikemukakan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2010) bahwa ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 adalah mencukupi untuk suatu penelitian. Kuesioner yang dibagikan kepada responden sejumlah 100 kuesioner.

Gambaran umum karakteristik responden dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel 2. Berdasarkan data pada tabel 2 tersebut, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 56%, sedangkan 44% sisanya adalah laki-laki. Selanjutnya, sebagian besar berusia rentang 26-35 tahun sebanyak 46% responden dan sebagian besar responden berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa sebesar 36%.

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Karakteristik Responden	Kriteria	Jumlah (n=100)	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-Laki	44	45%
	Perempuan	56	55%
<b>Usia</b>	17 – 25 tahun	40	40%
	26 – 35 tahun	46	46%
	> 35 tahun	14	14%
<b>Profesi</b>	Pelajar/Mahasiswa	36	36%
	Pegawai Swasta	22	22%
	Wiraswasta	25	25%
	Lainnya	17	17%

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Uji validitas instrumen memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Priyatno, 2010). Uji validitas menggunakan koefisien korelasi *product moment* (Priyatno, 2010), sedangkan untuk pengujian reliabilitas terhadap instrumen penelitian ini menggunakan *Cronbach's alpha*. Formula tersebut digunakan untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama pada saat yang berbeda (Priyatno, 2010).

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari enam pernyataan untuk mengukur variabel Fasilitas Bandara, semuanya dinyatakan *valid*. Sementara itu, untuk uji reliabilitas diperoleh koefisien *Cronbach's alpha* sebesar 0,749 yang menunjukkan bahwa instrumen Fasilitas Bandara dinyatakan reliabel. Pengukuran variabel kepuasan konsumen menggunakan empat pernyataan dan semuanya dinyatakan *valid* dalam uji validitas, sedangkan uji reliabilitasnya menghasilkan koefisien *Cronbach's alpha* sebesar 0,771 yang menunjukkan bahwa instrumen kepuasan konsumen dinyatakan reliabel.

Hasil Analisis regresi sederhana dalam penelitian ini yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 22, hasilnya ditunjukkan pada tabel 3 yaitu:

$$Y = 13,547 + 0,417X1 \quad \text{-----}[1]$$

Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 13,547 diartikan secara statistik bahwa apabila Fasilitas Bandara (*Land Side*) tidak ada nilainya atau sama dengan 0, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 13,547. Koefisien regresi variabel Fasilitas Bandara (*Land Side*) ( $X_1$ ) sebesar 0,417 menunjukkan bahwa apabila variabel Fasilitas Bandara ditingkatkan 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,417 satuan. Jika koefisien regresi tersebut bernilai positif, maka pengaruh Fasilitas Bandara (*Land Side*) terhadap Kepuasan Konsumen bersifat positif atau meningkat dengan arah yang sama. Artinya, peningkatan Fasilitas Bandara (*Land Side*) dapat berpengaruh pada peningkatan Kepuasan Konsumen di Bandara Internasional Banyuwangi.

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13,547	2,890	-	4,687	0,000
Fasilitas Bandara ( $X_1$ )	0,417	0,119	0,332	3,481	0,001

Sumber: Data primer yang sudah diolah.

Hasil Uji t dimana variabel Fasilitas Bandara (*Land Side*) terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Bandara Internasional Banyuwangi. Berdasarkan analisis regresi sederhana pada tabel 3, variabel Fasilitas Bandara (*Land Side*) memiliki t-hitung sebesar 3,481 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel 0,196 dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05. Dengan demikian, variabel Fasilitas Bandara (*Land Side*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bandara Internasional Banyuwangi secara parsial, sehingga H1 dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Santosa, (2007) dengan judul analisis kepuasan konsumen terhadap fasilitas ruang tunggu terminal Bandara Adisutjipto. Menghasilkan kesimpulan bahwa ada pengaruh antara kualitas fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan penumpang di Bandara Adisutjipto. Hasil tersebut juga selaras dengan penelitian oleh Andari, (2017) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Menghasilkan kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan yang positif antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini ditunjukkan dengan angka  $R^2$  (*R-square*) sebesar 0,130 atau 13%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Bandara (*Land Side*) di Bandara Internasional Banyuwangi mampu menjelaskan variasi pada variabel kepuasan mereka sebesar 13%, sedangkan sisanya sebesar 87% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan di dalam model penelitian ini.

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

R	R-square	Adjusted R-square	Std. Error of the Estimate
0,322	0,130	0,111	3,72644

Sumber: Data primer yang sudah diolah.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dalam uji parsial (t-hitung), variabel Fasilitas Bandara (*Land Side*) Bandara Internasional Banyuwangi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi Covid-19 atau H1 dapat diterima. Dari hasil koefisien determinasi menunjukkan

bahwa Fasilitas Bandara (*Land Side*) mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada Kepuasan Konsumen di Bandara Internasional Banyuwangi sebesar 13%, sedangkan sisanya sebesar 87% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Dari hasil tersebut, maka peneliti menyarankan agar pihak bandara lebih meningkatkan kepuasan kepada pengguna jasa di Bandar Udara Internasional Banyuwangi melalui fasilitas utama dan penunjang yang memadai, mulai dari infrastruktur, alat bantu dan lain sebagainya. Meningkatkan dan memperbaiki dari aspek yang kurang dari Fasilitas Bandara (*Land Side*), karena Fasilitas Bandara (*Land Side*) merupakan fasilitas yang dimiliki oleh Bandar Udara Internasional Banyuwangi. Penelitian selanjutnya perlu mengembangkan lebih lanjut model penelitian ini melalui perbaikan pada keterbatasan penelitian, memperbanyak jumlah sampel yang dianalisis, dan meningkatkan *response rate* responden. Penambahan jumlah variabel yang diteliti juga perlu dilakukan pada penelitian berikutnya.

## Daftar Pustaka

- Andari, C. L. S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pengunjung The Sila's Agrotourism). Universitas Sanata Dharma.
- Dian. (2020). Airport Culture Corner Bandar Udara Internasional Banyuwangi. Angkasa Pura Kantor Cabang Banyuwangi.
- Enderwita. (2013). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah tabungan bank BRI cabang simpang empat. *Apresiasi Ekonomi*, 1(3), 167–180.
- Ermawati, P. W., Sudiro, A., & Khusniyah, N. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Ekuitas Merek pada Pelanggan Hypermarket di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2), 373–386. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.2.19>
- Hasan, S. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, Nilai Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien (Studi pada Industri Rumah Sakit di Kota Makassar). *Aplikasi Manajemen*, 8(1), 256–263.
- Hery. (2004). Final Report Penyusunan Rancangan Dasar Bandar Udara Kabupaten Banyuwangi tahun 2003. PT. Wiratman Konsultan.
- Kotler, P. (2010a). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2010b). *Prinsip - Prinsip Pemasaran (Sembilan)*. PT Indeks Gramedia.
- Maharani, A. dhiiah. (2010). Analisa Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah tabungan Bank Mega Semarang. *Diponegoro Journal of Management*. <https://doi.org/10.1002/j.2161-4296.1970.tb00024.x>
- Muktiono, K. V. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat *Word Of Mouth* Pada Bengkel PT. Nasmoco Gombel Semarang. *Diponegoro Journal of Management*.
- Prasetyo, W. B. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada swalayan luwes purwodadi ). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–13.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Gaya Media.
- Santosa, D. D. K. (2007). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Fasilitas Ruang Tunggu Terminal Bandara Adisutjipto. Universitas Sanata Dharma.
- Soegoto, A. S. (2013). Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1271–1283.
- Srijani, N. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. 7, 31–38.
- Sugiyono, P. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2005). *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*. Penerbit Marknesis.
- Yuliana, dina. (2017). Pengaruh Fasilitas, Layanan Dan Informasi Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang Di Bandara Husein Sastranegara Bandung. *Perhubungan Udara*, 43(1), 27–42.