

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TIKET TERHADAP MINAT BELI
PENUMPANG MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI BANDAR UDARA
INTERNASIONAL SOEKARNO HATTA**

Faisal Akbar El Johan

Manajemen Transportasi Udara ; STTKD Yogyakarta
E – Mail: 20090512@students.sttkd.ac.id

ABSTRACT

Technological and scientific advances have had a significant impact on many aspects of life, including transport. Air transport is growing with fierce competition between airlines especially Garuda Indonesia airlines regarding service, prices, and consumer interests given, as well as there are cases of incidents that make passengers judge poorly the quality of service provided. Some of the cases occurred were flight delays, damage to luggage, and undue food on Garuda Indonesia airlines. Garuda Indonesian airlines also failed to respond in providing solutions to problems / complaints that occurred against passengers. Then the price set by Garuda Indonesia airlines is indeed high but not comparable to the service provided. The aim of this study is to find out how much the quality of service and ticket prices influence the interest of Garuda Indonesia airline passengers in Soekarno-Hatta International Airport. The study uses quantitative research methods and was conducted from August to September 2023. In addition, the researchers used data collection techniques in the form of a questionnaire as a data collection method and a double regression analysis method. The passengers at Soekarno-Hatta International Airport are samples of this study. Based on the t test, the independent variables Quality of Service (X1) and Price (X2) have a significant influence on the dependent variables Buy Interest (Y), with a significance value of $0,000 < 0,1$ and a table F value of $12,471 < 2,78$. The determination coefficient (R^2) indicates that the quality of service (x_1) and price (x_2) have significant influences on Buy Interests. (Y).

Keywords: Quality of service, price, purchase interest

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan berdampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk transportasi. transportasi udara semakin berkembang dengan persaingan ketat antar maskapai penerbangan khususnya maskapai Garuda Indonesia terkait pelayanan, harga, dan minat konsumen yang diberikan, serta terdapat kasus-kasus insiden yang membuat para penumpang menilai buruk terhadap kualitas pelayanan yang di berikan. Beberapa kasus yang terjadi yaitu keterlambatan penerbangan, kerusakan bagasi, dan makanan yang tidak layak konsumsi pada maskapai Garuda Indonesia. Pihak maskapai Garuda Indonesia juga kurang cepat tanggap dalam memberikan solusi terhadap permasalahan/keluhan yang terjadi terhadap penumpang. Kemudian harga yang ditetapkan oleh maskapai Garuda Indonesia memanglah tinggi

tetapi belum sebanding dengan pelayanan yang diberikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap minat beli penumpang maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dilakukan dari bulan Agustus hingga September 2023. Selain itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner sebagai metode pengumpulan data dan metode analisis regresi berganda. Penumpang di Bandara Internasional Soekarno-Hatta adalah sampel penelitian ini. Berdasarkan uji t, variabel independen Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli (Y), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ dan nilai F tabel sebesar $12,471 < 2,78$. Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, minat beli

PENDAHULUAN

Saat ini, di era globalisasi, dunia transportasi semakin berkembang, terutama transportasi udara, yang ditandai dengan jumlah dana penerbangan yang terus meningkat. Akibatnya, masalah yang dihadapi menjadi lebih kompleks, persaingan yang terjadi antar maskapai penerbangan mulai dari pelayanan, tarif harga, dan minat konsumen. Penting bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik agar dapat bertahan dan mempertahankan kepercayaan pelanggannya. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai fokus terhadap kebutuhan dan persyaratan, serta respon tepat waktu terhadap harapan pelanggan, sedangkan harga tiket memainkan peran penting dalam keputusan pembelian tiket pesawat. Namun dalam konteks industri penerbangan yang terus berubah dan berkembang, terdapat kebutuhan untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami dinamika yang lebih kompleks di balik hubungan antara kualitas pelayanan, harga dan minat beli penumpang.

Salah satu maskapai penerbangan terbesar di Indonesia, Garuda Indonesia memprioritaskan layanan penuh dengan memberikan layanan yang memuaskan seperti kenyamanan selama perjalanan dan keselamatan selama penerbangan. Sudah menjadi penting bagi perusahaan untuk memberikan kualitas layanan terbaik untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan, karena layanan terbaik akan memiliki dampak yang sangat positif pada perusahaan di mata pelanggan, sehingga memberikan pengalaman terbaik dikelasnya. Dalam dunia penerbangan semua terdapat kendala dan tidaklah berjalan mulus, yang membuat penyedia jasa dan penguna jasa angkutan udara terkadang mendapatkan kerugian. Beberapa masalah dalam kualitas pelayanan yang terjadi oleh maskapai Garuda Indonesia berupa keterlambatan penerbangan atau penundaan penerbangan (*delay*), kerusakan

bagasi, makanan yang sudah tidak layak untuk dikonsumsi, dan lain sebagainya. Disisi lain, harga menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen, tentunya dalam membeli sebuah tiket pesawat yang paling dilihat adalah rute perjalanan dan kualitas pelayanan yang di berikan oleh maskapainya. Harga tiket pesawat Garuda Indonesia terbilang lebih mahal dibandingkan dengan harga tiket maskapai lainnya, akan tetapi harga yang ditawarkan oleh maskapai Garuda Indonesia sebanding dengan tingkat keamanan, keselamatan, kenyamanan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada penumpang, seperti pelayanan prima (*service excellent*) yang ramah dan sopan sampai dengan interior pesawat yang nyaman serta menyediakan logistik berupa makanan dan minuman sehingga penumpang dapat merasa puas.

Kasus *delay* pada tanggal 6 juni 2023 oleh maskapai Garuda Indonesia dan Saudia Airlines yang di minta kementerian agama untuk memprioritaskan pelayanan yang serius dalam penerbangan haji hal ini disebabkan oleh adanya lebih dari 15 kali *delay* atau perubahan jadwal. Direktur Pelayanan Haji Dalam Negeri Kementerian Agama menyampaikan bahwa Setiap maskapai yang menempatkan perwakilannya di asrama haji tidak hanya berkewajiban menyiapkan jadwal, tetapi juga menjelaskan dan meminta maaf kepada jemaah jika terjadi perubahan jadwal penerbangan. Kemudian kembali mengingatkan kepada maskapai bahwa perubahan jadwal penerbangan memiliki efek domino yang mengganggu pemenuhan layanan kepada jemaah di asrama haji, Madinah, dan Mekkah karena terkait dengan masa tinggal jemaah, kapasitas, dan rotasi kloter. Direktur Pelayanan Haji Dalam Negeri Kementerian Agama berharap maskapai dapat mengurangi kemungkinan perubahan jadwal. Jika ada perubahan jadwal, kontrak mengatakan bahwa penumpang harus diberitahu setidaknya dua puluh empat jam sebelum *departure*. Karena Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan nasional Indonesia dan memiliki reputasi yang baik di industri penerbangan, penulis tertarik untuk melakukan studi berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepentingan Pembeli Perusahaan Garuda di Bandara Internasional Soekarno Hatta Indonesia”**.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Studi ini dilakukan di Cengkareng, Jakarta, dari 1 Agustus 2023 hingga 30 September 2023 di Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Populasi dan Sampel

Semua penumpang Garuda Indonesia di Bandara Internasional Soekarno-Hatta adalah populasi dalam penelitian ini. Berdasarkan rumus lemeshow, jumlah n adalah $64,375 = 65$ orang dan dibulatkan menjadi 70 orang. Oleh karena itu, penulis penelitian harus mengumpulkan data dari sampel setidaknya 70 responden.

Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan kriteria: 1) Penumpang maskapai Garuda Indonesia di Bandara Internasional Soekarno-Hatta, 2) Berusia 17 – 50 tahun, 3) Sudah menggunakan jasa transportasi udara lebih dari 1 kali.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Pengukuran nilai dari setiap pernyataan kuesioner menggunakan *skala likert*.

Tabel 1. Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2019)

Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Ghozali (2016), uji validitas menunjukkan sejauh mana perangkat pengukuran yang kita gunakan mampu mengukur kuesioner. Tingkat signifikansi yang digunakan penelitian ini yaitu 10%.

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2016), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kredibilitas kuesioner. Kriteria perhitungan nilai ini menggunakan Cronbach Alpha 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis statistik menggunakan Uji Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov sebagai dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas (Ghozali, 2016).

b. Uji Multikolinearitas

c. Uji Heterokedastisitas

Menggunakan uji Glejser, untuk menentukan apakah ada ketidaksesuaian variansi dari sisa dari satu pengamatan ke yang lain dalam model regresi. Ketika nilai Asymp kurang dari 0,1, tidak ada gejala heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa peneliti menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, atau regresi linear berganda, dilakukan ketika jumlah variabel independen minimal dua. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$$

Keterangan

- Y : Minat Beli
- X1 : Kualitas Pelayanan
- X2 : Harga
- a : Konstanta
- b : Koefisien Regresi
- e : eror

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Ketentuan dalam pengambilan keputusan adalah : 1) Jika nilai $Sig < 0,1$ atau $t\text{-count} < t\text{-table}$ maka ada pengaruh variabel X pada variabel Y, 2) Jika nilai $Sig < 0,1$ atau $t\text{-count} < t\text{-table}$ maka ada pengaruh variabel X pada variabel Y.

b. Uji F

Dalam proses pengambilan keputusan, ada dua kemungkinan: 1) Jika perhitungan $> F\text{table}$ atau probabilitas $<$ nilai signifikan ($sig < 0,1$), H_a diterima dan H_0 ditolak; ini menunjukkan bahwa variabel independen bersamaan memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergantung, 2) Jika perhitungan $< F\text{table}$ atau probabilitas $<$ nilai signifikan ($sig < 0,1$), H_a ditolak dan H_0 diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergantung.

c. Koefisien Determinasi ($Adjusted R^2$)

Koefisien penentuan yang lebih besar menunjukkan kemampuan yang lebih baik dari variabel kualitas layanan untuk memprediksi variabel terbatas (Y), atau minat beli.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

No. item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,562	0,199	Valid
X1.2	0,678	0,199	Valid
X1.3	0,672	0,199	Valid

X1.4	0,582	0,199	Valid
X1.5	0,617	0,199	Valid
X1.6	0,578	0,199	Valid
X1.7	0,586	0,199	Valid
X1.8	0,604	0,199	Valid
X1.9	0,615	0,199	Valid
X1.10	0,632	0,199	Valid
X1.11	0,685	0,199	Valid
X1.12	0,506	0,199	Valid
X1.13	0,759	0,199	Valid
X1.14	0,746	0,199	Valid
X1.15	0,656	0,199	Valid
X2.1	0,676	0,199	Valid
X2.2	0,606	0,199	Valid
X2.3	0,560	0,199	Valid
X2.4	0,585	0,199	Valid
X2.5	0,661	0,199	Valid
X2.6	0,671	0,199	Valid
X2.7	0,732	0,199	Valid
X2.8	0,626	0,199	Valid
Y.1	0,681	0,199	Valid
Y.2	0,661	0,199	Valid
Y.3	0,643	0,199	Valid
Y.4	0,659	0,199	Valid
Y.5	0,654	0,199	Valid
Y.6	0,669	0,199	Valid
Y.7	0,604	0,199	Valid
Y.8	0,708	0,199	Valid

Sumber : data olahan peneliti

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa nilai r hitung pada setiap item pernyataan lebih besar dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa item – item dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid karena koefisiennya melebihi nilai kritis 0,119.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,892	0,60	Reliabel

Harga (X2)	0,794	0,60	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,814	0,60	Reliabel

Sumber : data olahan peneliti

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha variabel > kriteria, sehingga variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Gambar 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.23568079
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.077
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : data olahan peneliti

Tabel tersebut menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,20 > dari angka 0,1 yang menandakan data mempunyai distribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Gambar 2. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.411	4.424	3.257	.002		
	Kualitas pelayanan	.162	.072	.290	2.252	.028	.657 1.523
	Harga	.303	.132	.295	2.292	.025	.657 1.523

a. Dependent Variable: Minat beli

Sumber : data olahan peneliti

Nilai toleransi data lebih dari 0,10, tidak ada multicollinearity, dan jika nilai VIF data kurang dari 10, tidak ada multilinearity.

5. Uji Heterokedastisitas

Gambar 3. Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.490	2.920		.853	.397	
	kualitas pelayanan	-.036	.042	-.117	-.854	.396	
	minat beli	.046	.075	.084	.615	.541	

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : data olahan peneliti

Berdasarkan tabel, nilai sig setiap variable di atas melebihi 0,1. Oleh karena itu, tidak muncul gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang ditunjukkan.

6. Analisis Linear Berganda

Gambar 4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.411	4.424		3.257	.002
kualitas pelayanan	.162	.072	.290	2.252	.028
Harga	.303	.132	.295	2.292	.025

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber : data olahan peneliti

Berdasarkan rumus tersebut dapat diketahui persamaan analisis regresi linear berganda pada penelitian ini adalah :

$$Y = 14.411 + 0.162 X_1 + 0.303 X_2 + e$$

7. Uji Koefisien Determinasi

Gambar 5. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	.271	.250	2.26880

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : data olahan peneliti

Berdasarkan hasil kita dapat melihat nilai R Square yang disesuaikan dari 0,250 atau 25%, yang menunjukkan dampak gabungan variabel kualitas layanan (X₁) dan variabel harga (X₂) pada variabel kepuasan penumpang (Y) 25%. Variabel tambahan atau nilai kesalahan yang mempengaruhi 75% yang tersisa.

8. Uji T

Gambar 6. Uji T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.411	4.424		3.257	.002
kualitas pelayanan	.162	.072	.290	2.252	.028
Harga	.303	.132	.295	2.292	.025

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber : data olahan peneliti

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga masing – masing mempengaruhi minat beli secara parsial

9. Uji F

Gambar 7. Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	128.391	2	64.195	12.471
	Residual	344.881	67	5.147	
	Total	473.271	69		

a. Dependent Variable: MINAT BELI
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : data olahan peneliti

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempengaruhi minat beli.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Penumpang

Analisis data dengan tes T parsial ditunjukkan bahwa tingkat layanan memiliki dampak positif pada minat pembelian penumpang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas layanan dan variabel bunga pembelian penumpang berada di arah yang sama, yang berarti bahwa jika tingkat layanan lebih tinggi maka minat beli penumpang akan meningkat. Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransiska Yulia Kristina Astuti pada tahun 2020, "Pengaruh kualitas layanan pada minat pembelian konsumen di Bandara Nam Air Tabelian Sintang". Hasilnya menunjukkan bahwa, dengan koefisien 1.975, variabel T-test yang diketahui untuk kualitas layanan menunjukkan bahwa itu memiliki dampak positif dan signifikan pada minat pembelian pelanggan.

2. Pengaruh Harga Tiket Terhadap Minat Beli Penumpang

Analisis data dengan tes T parsial menunjukkan bahwa harga tiket memiliki dampak positif pada minat pembelian penumpang. Dengan demikian, H₂ diterima, menunjukkan bahwa ada dampak positif antara variabel harga tiket dan variabel bunga penumpang. Hal ini sesuai dengan studi Raynaldy Gilbert Perdana (2022) berjudul Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Pembelian Tiket Pesawat Lion Air di Bandar Udara Soekarno-Hatta yang menemukan bahwa nilai signifikansi yang diketahui pada promosi adalah 0,000 dan harga adalah 0.000, dan koefisien regresi adalah 3.636 dan 8.361, masing-masing, menunjukkan bahwa promosi dan harga memiliki dampak positif pada peningkatan minat dalam membeli tiket.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli penumpang

Dengan nilai signifikan $0,000 < 0,1$ dan nilai tabel F ($12,471 > 2,78$), minat beli (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan (X₁) dan harga (X₂). Oleh karena itu, dari hipotesis 3 H₀ ditolak, H_a diterima, yang menunjukkan

bahwa variabel harga dan kualitas layanan mempengaruhi variabel minat beli penumpang secara bersamaan.

4. Besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli penumpang

Uji koefisien determinasi (R^2) membantu menentukan ukuran nilai variabel tergantung yang dapat dijelaskan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) memiliki efek pada minat pembelian penumpang (Y) dengan nilai Adjusted R Square gabungan 0.250, atau 25%. Faktor variabel lain di luar penelitian ini, atau tingkat kesalahan, mempengaruhi 75% dari nilai total. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel kualitas layanan (X_1) pada minat pembelian penumpang (Y) ditentukan oleh hasil uji T dengan signifikansi $< 0,1$ yang berarti bahwa variabel kualitas layanan (X_1) mempengaruhi minat pembelian penumpang. (Y).
2. Hasil dari uji T harga tiket pada minat penumpang dalam pembelian menunjukkan bahwa nilai signifikansi $< 0,1$ yang berarti bahwa variabel harga tiket (X_2) memiliki pengaruh positif pada variabel minat beli penumpang (Y).
3. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000 lebih rendah dari 0,1. Oleh karena itu, variabel kualitas pelayanan dan harga tiket keduanya mempengaruhi variabel minat beli penumpang.
4. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi minat beli sebesar 25% dengan nilai sisa 75% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

SARAN

Dalam rangka perluasan di masa depan, penulis ingin menyarankan hal-hal berikut :

1. Bagi Perusahaan untuk terus meningkatkan pelayanan yang diberikan guna terciptanya kualitas pelayanan yang maksimal serta menyesuaikan antara harga dengan pelayanan yang diberikan agar para penumpang selalu merasa puas dengan pelayanannya dan memiliki minat beli yang besar.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel yang tidak dimiliki penelitian ini.
3. Bagi Akademik, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan input dan pembelajaran serta referensi atau sebagai sumber untuk penelitian di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angkasa Pura II. (2020). Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Diakses pada 20 Maret 2024
- Gapura Angkasa. About Us. <http://www.gapura.id>. Di akses tanggal 20 maret 2024, dari <https://www.gapura.id/about-us/>
- Ghozali, imam. 2018. Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan penerbit Universitas Diponegoro: semarang
- Gilbert, R. 2022 Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Pembelian Tiket Pesawat Lion Air di Bandar Udara Soekarno-Hatta. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. 2019. Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif Dan R&D. Bandung.
- ALFABET
- Syaifuddin, Muhammad. 2021. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Garuda Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta).
- Yulia, F. 2020. Pengaruh kualitas layanan pada minat pembelian konsumen di Bandara Nam Air Tabelian Sintang. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.