

Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia di Bandar Udara International Yogyakarta

Dhea Vita Nataya¹, Kifni Yudianto²

^{1,2} Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta
dheavita.dv@gmail.com

ABSTRACT

The development of air transportation is growing rapidly in Indonesia, this makes the airport there are almost every city in Indonesia. In order to compete internationally, the company must always create new innovations to attract customers. One example is Garuda Indonesia. In addition to the top brand the airline has also received Operational Safety Audit (IOSA) certification, which means that Garuda has fully met international aviation safety standards. In this study, the authors used a quantitative approach. To borrow the term Cresweel (2010), which states quantitative approaches are measurements of quantitative data and objective statistics through scientific calculations derived from a sample of people or residents who were asked to answer a number of questions about the survey to determine the frequency and percentage of their responses. The results obtained by researchers in this study are, service innovation has a positive and significant effect on customer satisfaction it is evidenced by a significant value of 0.000 which is smaller than 0.05. While the effect of service innovation was 0.476 or 47.6% while the rest was influenced by other variables not studied in the study.

Keywords: *Service Innovation, Customer Satisfaction, Garuda Indonesia*

ABSTRAK

Perkembangan transportasi udara berkembang pesat di negara Indonesia, hal ini membuat bandar udara terdapat hampir di tiap-tiap kota di Indonesia. Agar dapat bersaing di dunia internasional perusahaan tentunya harus selalu menciptakan inovasi-inovasi baru untuk menarik para pelanggan. salah satu contohnya adalah maskapai Garuda Indonesia. Selain top brand maskapai ini juga telah menerima sertifikasi Operational Safety Audit (IOSA), yang berarti bahwa Garuda telah seluruhnya memenuhi standar keselamatan penerbangan internasional. Pada penelitian kali ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Meminjam istilah Cresweel (2010), yang menyatakan pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang dimintamenjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka. Hasil yang diperoleh oleh peneliti pada penelitian ini adalah, Inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari pada 0.05. Sedangkan Pengaruh inovasi layanan tersebut sebesar 0.476 atau sebesar 47.6% sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Inovasi Layanan, Kepuasan Pelanggan, Garuda Indonesia*

PENDAHULUAN

Bandara didefinisikan bagian penting dari infrastruktur pendukung fasilitas transportasi udara, yang semuanya berkontribusi pada operasi yang efisien dari proses perekonomian serta memudahkan manusia memenuhi kebutuhannya. Selain itu, perekonomian suatu negara memperoleh keuntungan yang signifikan dari bisnis transportasi udara (Ariyono, 2018), bandara serta transportasi udara mampu meningkatkan kualitas hidup banyak orang yang bekerja pada bisnis ini (Wulandari & Triguswinri, 2019). Kontribusi utama industri transportasi udara yakni berkontribusi pada pertumbuhan bisnis di dunia global serta ekonominasional (Susanto & Keke, 2019).

bandara dan transportasi udara dapat meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan taraf hidup banyak orang yang terlibat didalam industri ini (Wulandari & Triguswinri, 2019). Kontribusi terpenting dari industri transportasi udara adalah memiliki dampak terhadap pertumbuhan bisnis di dunia global dan ekonominasional (Susanto & Keke, 2019).

Perusahaan penerbangan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan akan menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina loyalitas pelanggan dan membina hubungan baik dengan pelanggan. Ini berarti kualitas jasa merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi. Kualitas jasa layanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata-kata yang disampaikan pelanggan, pelayanan, kualitas dan tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen dan sistem kinerja cara pelayanan (Taufana, 2014).

Inovasi layanan sangat dibutuhkan di berbagai bidang perusahaan salah satunya dalam bidang penerbangan. Agar dapat bersaing didunia internasional perusahaan tentunya harus selalu menciptakan inovasi-inovasi baru untuk menarik para pelanggan. salah satu contohnya adalah maskapai Garuda Indonesia. Selain top brand maskapai ini juga telah menerima sertifikasi Operational Safety Audit (IOSA), yang berarti bahwa Garuda telah seluruhnya memenuhi standar keselamatan penerbangan internasional.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti akan membatasi dan mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah inovasi layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan Garuda Indonesia?
2. Seberapa besar pengaruh inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan GarudaIndonesia?

3. Jenis inovasi layanan apa saja yang dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan Garuda Indonesia?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia.
3. Untuk mengetahui jenis inovasi apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia.

INOVASI LAYANAN

Istilah inovasi memang selalu diartikan secara berbeda-beda oleh beberapa ahli. Menurut Hubeis (2012) mendefinisikan inovasi sebagai suatu perubahan atau ide besar dalam sekumpulan informasi yang berhubungan antara masukan dan luaran.. Kata inovasi berasal dari kata latin, "innovation" yang berarti pembaruan dan perubahan. Kata kerjanya "innova" yang artinya memperbaiki dan mengubah. Inovasi dapat diartikan sebagai "proses" dan atau "hasil" pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial).

KEPUASAN PELANGGAN

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan.

Dengan terpenuhkannya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

MASKAPAI GARUDA INDONESIA

Sejarah Garuda dimulai pada tanggal 25 Desember 1949, saat itu wakil dari KLM yang merupakan teman Presiden Soekarno, Dr. Konijnenburg, menghadap dan melapor kepada presiden di Yogyakarta bahwa KLM Interinsulair Bedrijf akan

diserahkan kepada pemerintah sesuai dengan hasil Konferensi Meja Bundar (KMB) dan meminta agar memberi nama bagi perusahaan tersebut karena pesawat yang akan membawanya dari Yogyakarta ke Jakarta nanti akan dicat sesuai nama itu. Menanggapi hal tersebut, Presiden Soekarno menjawab pertanyaan tersebut dengan mengutip satu baris dari sebuah sajak bahasa Belanda gubahan pujangga terkenal, Raden Mas Noto Soeroto di zaman kolonial yang berisi, *Ik ben Garuda, Vishnoe's vogel, die zijn vleugels uitslaat hoog boven uw eilanden yang artinya "Aku adalah Garuda, burung milik Wisnu yang membentangkan sayapnya menjulang tinggi di atas kepulauanmu"*. Maka pada tanggal 28 Desember 1949, penerbangan bersejarah menggunakan pesawat DC-3 dengan registrasi PK-DPD milik KLM Interinsulair terbang membawa Presiden Soekarno dari Yogyakarta ke Jakarta untuk menghadiri upacara pelantikannya sebagai Presiden Republik Indonesia Serikat (RIS) dengan nama Garuda Indonesian Airways, yang diberikan oleh Presiden Soekarno kepada perusahaan penerbangan pertama ini.

BANDARA UDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA

Berawal dari mimpi presiden soekarno yang ingin bandara di Indonesia dapat setara dengan bandara di negara maju, PT Angkasa Pura I (Persero) - atau dikenal juga dengan Angkasa Pura Airports - sebagai pelopor perusahaan kebandarudaraan secara komersial di Indonesia bermula sejak tahun 1962. Saat Presiden RI Soekarno baru kembali dari Amerika Serikat, beliau menegaskan keinginannya kepada Menteri Perhubungan dan Menteri Pekerjaan Umum agar lapangan terbang di Indonesia dapat setara dengan lapangan terbang di negara maju.

Tanggal 15 November 1962 terbit Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 33 Tahun 1962 tentang Pendirian Perusahaan Negara (PN) Angkasa Pura Kemayoran. Tugas pokoknya adalah untuk mengelola dan mengusahakan Pelabuhan Udara Kemayoran di Jakarta yang saat itu merupakan satu-satunya bandar udara internasional yang melayani penerbangan dari dan ke luar negeri selain penerbangan domestik.

Dengan terpaukannya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Cresweel (2010), menyatakan pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka.

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisioner yang terkait dengan pengaruh inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono (2014, hlm. 134) menyatakan bahwa "Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial". Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan menggunakan software SPSS Statistic.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berlandaskan pada temuan analisis, disimpulkan yakni terdapat dampak *positive* serta signifikan antara inovasi layanan yang diberikan maskapai Garuda Indonesia terhadap kepuasan pelanggan yakni penumpang maskapai Garuda Indonesia. Pernyataan ini dibuktikan dengan temuan uji t yang memperlihatkan nilai yang signifikan.

a. Hal tersebut dibuktikan pula dengan nilai rata-rata inovasi layanan yang diberikan oleh pelanggan yaitu sebesar 62.7 antara nilai minimum 23 dan nilai maksimum sebesar 70.

Artinya inovasi layanan yang diberikan Garuda Indonesia cukup baik yaitu mendekati nilai maksimum yang diharapkan. Lebih dari itu, nilai 70 atau maksimum yang diberikan oleh pelanggan dari inovasi layanan Garuda Indonesia adalah nilai yang paling sering muncul. Maknanya rata-rata pelanggan memberikan nilai maksimum terhadap inovasi layanan dari maskapai Garuda.

Lebih lanjut, pelanggan maskapai Garuda Indonesia cukup puas dengan inovasi pelayanan. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata pelanggan yang memberikan nilai 12.9 atau 13 antara nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum 15 untuk kepuasan pelanggan dari inovasi layanan yang diberikan. Hal ini memperlihatkan pelanggan merasa puas dengan inovasi layanan dari Garuda Indonesia. Lebih lanjut, rata-rata pelanggan memberikan nilai 13 untuk kepuasan dari inovasi layanan yang diberikan Garuda Indonesia kepada pelanggan atau penumpang.

Kepuasan pelanggan tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, bias dipengaruhi oleh usia, latar belakang pendidikan, pekerjaan yang digeluti dapat pula dipengaruhi oleh jenis kelamin pelanggan. Misalkan berdasarkan umur, pelanggan maskapai Garuda Indonesia dari data yang diperoleh sebagian besar merupakan pelanggan diantara umur 21-25, dimana umur ini merupakan rata-rata masyarakat yang baru mulai mapan, atau mahasiswa yang memiliki dana berlebih untuk berpergian. Sehingga pelanggan-pelanggan tersebut merasa puas dengan inovasi layanan maskapai Garuda Indonesia yang lebih baik dari maskapai lainnya.

Temuan ini relevan dengan riset Panjaitan serta Yuliati (2016), yang mengungkapkan kualitas layanan mempunyai dampak pada kepuasan pelanggan baik itu perhatian, daya tanggap, kehandalan, jaminan. Temuan riset ini juga relevan dengan riset Rahman (2018) yang membuktikan inovasi layanan mempunyai dampak *positive* serta signifikan pada kepuasan pelanggan. Sementara itu, temuan riset ini bertolak belakang dengan riset Prabowo (2018) yang mengungkapkan inovasi layanan tidak berdampak pada *customer value*.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, disimpulkan yakni riset ini menjustifikasi riset terdahulu, bahwa inovasi layanan berdampak pada kepuasan pelanggan khususnya inovasi layanan maskapai Garuda Indonesia terhadap kepuasan pelanggannya atau penumpangnya.

2. Jenis Layanan yang Paling Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data, dari 4 inovasi layanan baik itu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* yang diberikan Maskapai Garuda Indonesia terhadap pelanggannya *reliability* adalah inovasi yang paling memuaskan pelanggan yaitu sebesar 22 poin. Diikuti oleh *tangible* sebesar 18 poin dan disusul dengan *responsiveness* dengan *assurance* secara berturut-turut 17 poin.

Hal tersebut menunjukkan bahwa, *reliability* atau keandalan awak pesawat atau maskapai dalam memberikan inovasi layanan terhadap pelanggan adalah jenis layanan yang paling berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan pula dengan kesesuaian pelayanan dengan jadwal yang disusun oleh maskapai. Terlebih pelanggan atau penumpang merasa awak kabin pesawat memberikan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap penumpang yang membutuhkan atau merasa kesulitan selama di pesawat.

Lebih lanjut, penumpang merasakan bahwa awak kabin mampu menjelaskan jasa atau service yang diberikan dengan baik dan membuat penumpang merasa nyaman. Hal tersebut didukung pula

oleh ketepatan waktu pemberangkatan yang telah dijadwalkan oleh maskapai. Serta ketepatan penjelasan awak kabin pesawat tentang penggunaan alat-alat saat di kabin pesawat khususnya peralatan keselamatan.

Riset ini relevan dengan riset Liyas (2018), mengungkapkan kualitas serta inovasi layanan berdampak *positive* serta signifikan pada kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Lion Air di Pekanbaru. Pernyataan serupa disebutkan oleh Heliman dan Umar (2017) yang mengemukakan kualitas layanan maskapai Lion Air berdampak pada kepuasan pelanggan sementara promosi serta harga tidak berdampak pada kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut, Feren (2020) yang mengungkapkan bahwa kualitas layanan serta inovasi layanan serta harga berdampak *positive* serta signifikan pada kepuasan pelanggan, sementara citra merek tidak berdampak *positive* serta signifikan pada kepuasan pelanggan. Berlandaskan berbagai riset tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menjustifikasi dan mempertegas bahwa kualitas layanan dan inovasi layanan berdampak *positive* serta signifikan pada terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berlandaskan temuan analisis riset serta pembahasan tentang pengaruh inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia, maka riset ini disimpulkan yakni:

1. Inovasi layanan berpengaruh *positive* serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi yakni 0.000 yang kurang dari 0.05
2. Pengaruh inovasi layanan tersebut sebesar 0.476 atau sebesar 47.6% sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada riset ini.
3. Inovasi layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia adalah *reliability* atau keandalan awak pesawat dalam melayani pelanggan atau penumpang yang dibuktikan dengan nilai atau poin rata-rata kepuasan sebesar 22 dari nilai maksimum 25.

B. Saran

1. Untuk maskapai kualitas layanan pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia sudah cukup baik. Dilihat dari ketepatan jadwal, keandalan awak pesawat, serta ketepatan waktu pelayanan dan keakuratan penjelasan. Untuk itu agar maskapai Garuda Indonesia mempertahankan inovasi layanan yang telah ada.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melingkup variabel yang lain atau memecah variabel inovasi layanan menjadi parsial guna melihat dampak langsung masing-masing variabel inovasi layanan secara parsial pada kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H.(1982), *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PBF Universitas Gadjah Mada
- Johannes. 2009. Kepuasan Pelanggan: Rivi dan Pengembangannya dalamMelakukanPenelitian. [http. Johannes.wordpress.com](http://Johannes.wordpress.com)
- Kosasih. 2012. Makalah Fokus Kepuasan Pelanggan. Pramukaklar.blogspot.com. Kotler, Philip and Kevller Kevin Lanne. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, edisi Bahas Indonesia, Jakarta: Prentice Hall.
- Lijan Poltak Sinambela. 2008. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara. Moenir, H.A.S. 2008. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Nasution, M.N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*, edisi kedua. Bogor : Ghalia Indonesia.Sugiyono, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Kuswandi, F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Lion Air Dan Sriwijaya Air Di Wilayah Jakarta Utara/Feren Kuswandi/21160205/Pembimbing: Husein Umar.
- Ariyono, P. C. (2018). Dampak inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan di bandara adisutjipto yogyakarta.
- Heliman, R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Udara Lion Air Di Jakarta Utara/Reinaldy Heliman/23130221/Pembimbing: Husein Umar.
- Liyas, J. N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Batik Air Pada PT. Lion Group di Bandara Sultan Syarif Khasim II Pekanbaru. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 6(2), 112-120.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Fahtira, V. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Wulandari, C., & Triguswinri, K. (2019). Resolusi Konflik Pembangunan New Yogyakarta International Airport di Temon Kulon Progo. *Jurnal Sosial Soedirman*, 2(2), 75-89.

- Susanto, P. C., & Keke, Y. (2019). Implementasi Regulasi International Civil Aviation Organization (ICAO) pada Penerbangan Indonesia. *Aviasi: Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan*, 16(1), 53-65.
- Rape, Y. N. (2009). *Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan PT. ngkasa Pura I, Bandar Udara Internasional Adisutjipto, Yogyakarta* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Taufana, V. A. (2014). Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Strategi Pelanggan di Bandara Sepinggan, Balikpapan. *Jurnal Pelayanan Publik*, 1(1), 1-12.
- Hubeis, Musa. 2012. *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Penerbit PT. Hecca Mitra Utama. Jakarta
- Owano, Lucy Atieno, Dr Ondiek Alala dan Dr Doouglas Musiega. 2014. Relationship between Customer Service Innovation And Customer Satisfaction in the Banking Industry: A Case Study of Kenya Commercial Bank. 16 (6)
- Changkaew, L., Vadhanasindhu, P., Taweangsakulthai, D., & Chandrachai, A. (2012). Three dimensions model: Stage for service innovation in hospitals. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(2), 806-814.
- Delafrooz, N., Taleghani, M., & Taghineghad, M. (2013). The impact of service innovation on consumer satisfaction. *International Journals of Marketing and Technology*, 3(5), 127-144.
- Wendha, A. A. A. P., Rahyuda, I. K., & Suasana, I. G. A. K. G. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 7(1), 19-28.
- Wibhawani, G. A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia Tahun 2012.
- Rahman, W. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 1(2), 90-115.

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 3 Nomor 1 (2021) x-xx P-[ISSN 2656-274x](#) E-[ISSN 2656-4691](#)
DOI: [10.47476/as.v3i1.xxx](#)