

**ANALISA FAKTOR - FAKTOR *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DALAM
BIDANG AVIASI TERHADAP *PASSENGER LOYALTY* MELALUI
PASSENGER SATISFACTION DAN *PASSENGER COMPLAINT* PADA
PENUMPANG BATIK AIR TUJUAN DARI DAN KE SURABAYA**

Richardo Evan Wongharyono¹, Ronald², Amelia³
Universitas Pelita Harapan, Surabaya^{1,2,3}
aldo17wong@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mencari faktor yang berpengaruh terhadap *Passenger Loyalty* melalui *Passenger Satsifaction* dan *Passenger Complaint* pelanggan Batik Air di Surabaya. Penelitian ini memberikan manfaat untuk industri Penerbangan di Indonesia khususnya untuk menciptakan loyalitas pelanggan terhadap sebuah maskapai agar mampu bertahan di pasar dalam jangka waktu yang panjang. Penelitian ini bersifat kausal dengan metode kuantitatif dan menggunakan aplikasi Amos 22.0 untuk membantu proses pengolahan data primer dari 200 pelanggan Batik Air di Surabaya yang dikumpulkan dengan teknik *Snowball Sampling*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pelanggan akan loyal terhadap sebuah merek dipengaruhi oleh Kepuasan Pelanggan yang paling dipengaruhi dengan urutan terbesar oleh *Safety and Security*, *Reliability*, *Connectivity*, *Information Service*, *Accessibility*, *Operation Schedule*, *Comfort*, *Ticket service*, dan *Personalized Services*. Persepsi konsumen bahwa pesawat dengan harga yang murah tidak mengutamakan keselamatan, namun dari penelitian ini bisa dipatahkan karena Batik Air signifikan di variabel *Safety and Security*

Kata Kunci: *Accessibility, Comfort, Connectivity, Information Service*

ABSTRACT

This research is intended to find factors that influence Passenger Loyalty through Passenger Satisfaction and Passenger Complaint of Batik Air customers in Surabaya. This research provides benefits for the aviation industry in Indonesia, especially to create customer loyalty to an airline in order to be able to survive in the market in the long term. This study is causal with quantitative methods and uses the Amos 22.0 application to assist the processing of primary data from 200 Batik Air customers in Surabaya which was collected using the Snowball Sampling Technique. In this study it was found that customers will be loyal to a brand influenced by Customer Satisfaction which is most influenced by Safety and Security, Reliability, Connectivity, Information Service, Accessibility, Operation Schedule, Comfort, Ticket service, and Personalized Services. Consumers' perception that airplanes with low prices do not prioritize safety, but from this research it can be broken because Batik Air is significant in the Safety and Security variable.

Keywords: *Accessibility, Comfort, Connectivity, Information Service*

PENDAHULUAN

Dalam dunia industri sekarang, transportasi memiliki kiprah yang besar untuk membantu menghilangkan hambatan dan jarak. Jaringan transportasi yang memadai sangat penting untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan suatu negara dan memegang peranan penting dalam mempromosikan dan mendukung keterjangkauan dan integrasi antar Rute Nasional dan Internasional. Industri penerbangan sebagai salah satu kontributor utama dari pertumbuhan ekonomi negara. Pesawat menjadi sarana transportasi yang efisien dari segi waktu (namun dengan biaya yang relatif mahal) transportasi udara memfasilitasi perdagangan luar negeri serta secara tidak langsung menguntungkan dan mendukung program pemerintah untuk mendorong industri pariwisata di Indonesia. pperusahaan harus memahami bahwa mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru adalah kunci untuk mengembangkan usaha, memotivasi para pelanggan untuk membelanjakan lebih banyak dan membuat mereka merekomendasikan produk dan layanan kepada orang lain.

Keberhasilan Batik Air ini karena mereka menjalankan model bisnis *Full Service Airline* maskapai berlayanan penuh. Di Indonesia sendiri ada 2 maskapai besar yang tergolong dalam kategori *Full Service Airline* yaitu Garuda Indonesia dan Batik Air (Zend, 2024). Model bisnis *Full Service Airline* telah berkembang pesat, *Full Service Airlines* adalah angkutan udara yang biasanya dimiliki oleh suatu negara atau perusahaan besar atau badan usaha milik negara yang beroperasi dalam berbagai rute baik domestik maupun internasional dan menyediakan beebagai layanan seperti perbedaan kelas yaitu ekonomi, bisnis, hingga kelas utama, hiburan dalam penerbangan, menyajikan makanan dan minuman, tersedia *in-flight shopping*, serta fasilitas ruang tunggu atau *executive lounge* untuk penumpang kelas executive atau penumpang yang memiliki member dalam tingkatan tertentu. Menurut Cui dan Levinson (2018) Kemudahan *accessibility* penting karena waktu dalam perjalanan, adalah satu dari banyak biaya yang dikeluarkan oleh individu, dan biaya dalam bentuk uang, serta eksternal, semuanya dipertimbangkan dalam pendekatan aksesibilitas dan penting juga untuk mengevaluasi investasi antar mode. Untuk mendapatkan tiket Batik Air sangat mudah karena di setiap daerah terdapat kantor perwakilan Lion Air Group, belum juga para agen dan kini merambah ke dunia digital layanan tiket Lion Air Group.

Aplikasi Batik Air untuk memudahkan para calon penumpang membeli tiket, melakukan *check in online* sehingga tidak perlu antri saat *check in*. Kenyamanan dapat diukur dari tempat duduk, suhu dan udara dalam kabin, serta kebisingan dan getaran yang dirasakan oleh penumpang (Aprilia & Putrie, 2024). Batik Air memiliki rute di hampir semua bandara - bandara besar yang ada di Indonesia. Dilansir dari situs *website* Batik Air, Batik Air kini memiliki 36 destinasi dan melayani hingga 226 penerbangan per hari (Akbar et al., 2023). *Operation Schedule* adalah waktu dan tanggal yang ditetapkan oleh penyedia jasa transportasi untuk melayani pelanggannya. Jadwal operasi ini mencakup jalur atau rute yang ditawarkan, waktu serta tanggal nya, dan frekuensi rute nya. Setiap penumpang yang memiliki tiket Batik Air akan mendapatkan *Boarding Pass* yang akan digunakan sebagai tiket untuk naik ke pesawat.

KAJIAN TEORI

Perceived Service Quality

Adalah penilaian penumpang terhadap berbagai aspek layanan, termasuk keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik dari layanan yang diberikan.

Passenger Loyalty

Tingkat kesetiaan atau loyalitas penumpang terhadap maskapai penerbangan tertentu, dalam hal ini Batik Air, yang terbang dari dan ke Surabaya. *Passenger loyalty* mencerminkan kecenderungan penumpang untuk terus memilih dan menggunakan layanan dari maskapai yang sama secara berulang, meskipun adanya alternatif lain yang tersedia.

Passenger Satisfaction

Adalah evaluasi positif penumpang terhadap berbagai aspek layanan, seperti keandalan, kenyamanan, keramahan kru penerbangan, dan ketepatan waktu.

Passenger Complaint

Adalah ekspresi dari ketidakpuasan penumpang terhadap layanan yang diberikan oleh Batik Air dalam penerbangan dari dan ke Surabaya. *Passenger complaint* bisa berupa keluhan verbal langsung kepada maskapai, penggunaan media sosial untuk menyampaikan ketidakpuasan, atau keluhan tertulis. Keluhan penumpang dapat menjadi indikator potensial tentang area di mana layanan dapat ditingkatkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kausal. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis metode penelitian kuantitatif. Jenis metode penelitian kuantitatif dasarnya berawal karena adanya masalah, asumsi, juga persepsi orang, dan selanjutnya menetapkan variabel, menganalisis dengan memakai model penelitian yang sesuai. Populasi dari penelitian ini adalah penumpang Batik Air dari dan menuju Surabaya. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *snowball sampling*, adapun karakteristik responden yang ditetapkan oleh peneliti adalah pria dan wanita berusia 18-60 tahun di mana usia tersebut merupakan usia dengan masa dewasa dini, pernah menggunakan maskapai penerbangan Batik Air dari dan menuju Surabaya dalam kurun waktu dua kali dalam dua tahun terakhir, dan berdomisili di kota Surabaya. Ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk masing-masing indikator. Berhubung penelitian ini menggunakan 40 indikator, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 40 dikali 5 yaitu 200 responden penumpang Batik Air dari dan menuju Surabaya yang sesuai dengan karakteristik dan kriteria responden yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian ini. Proses ini akan terus dilakukan hingga mencapai jumlah sampel yang ditargetkan. Teknik analisa data menggunakan AMOS.

HASIL PENELITIAN

Multivariate Outliers

Amos 22.0 akan memberikan peringatan jika problem ini terjadi. Dari hasil pengujian, ditemukan bahwa determinan matriks 28634 jauh dari 0 sehingga multikolinearitas dan singularitas tidak terbukti dalam observasi ini.

Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*)

Seluruh nilai C.R. untuk *accessibility, comfort, connectivity, information service, operation schedule, personalized services, safety and security, reliability* dan *ticket service* lebih besar dari 2.00 sehingga seluruh indikator secara signifikan merupakan indikator dari faktor laten yang dibentuknya sehingga dapat diterima. Selain itu, faktor Loading (λ) setiap variabel lebih besar dari 0.40, sehingga indikator tersebut dinilai bersama-sama menyajikan unidimensionalitas untuk variabel laten.

Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen

Seluruh nilai C.R. untuk variabel *Passenger Satisfaction* lebih besar dari 2.00 sehingga seluruh indikator secara signifikan merupakan indikator dari faktor laten yang dibentuknya sehingga dapat diterima. Selain itu, faktor *Lamda Loading* setiap variabel lebih besar dari 0.40, sehingga indikator tersebut dinilai sama - sama menyajikan unidimensionalitas untuk variabel laten.

Analisis Full Structural Equation Modeling

Nilai C.R. untuk setiap hubungan antar variabel ditampilkan dalam Tabel 4.35. Hubungan sebab-akibat antara *accessibility, comfort, connectivity, information service, operation schedule, personalized services, safety and security, reliability* dan *ticket service*, serta hubungan sebab-akibat antara *Passenger Satisfaction, Passenger Complaint*, dan *Passenger Loyalty* semuanya memiliki hubungan sebab- akibat yang signifikan yang ditandai dengan nilai C.R. di atas 2.00.

Tabel 1.
Hasil Hipotesis

| Hipotesis | Analisis |
|---|------------------------|
| Accessibility berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction | Tidak Signifikan |
| Comfort berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction | Berpengaruh Signifikan |
| Connectivity berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction | Tidak Signifikan |
| Information Service berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction | Berpengaruh Signifikan |
| leh Operation Schedule berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction | Berpengaruh Signifikan |
| Personalized Services berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction | Berpengaruh Signifikan |
| Reliability berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction | Berpengaruh Signifikan |
| Safety and Security berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction | Tidak Signifikan |

PEMBAHASAN

Accessibility berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction

Accessibility dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya merasa mudah untuk mendapatkan tiket Batik Air, Tiket Batik Air tersedia luas melalui berbagai macam cara yang memudahkan baik aplikasi online maupun kantor Batik Air, Saya mampu menghemat biaya ketika akan membeli tiket Batik Air. Parameter estimasi antara Accessibility dan Passenger Satisfaction menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai C.R. = 0,321 dan koefisien regresi sebesar 0,028 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 1 (H1) tidak signifikan.

Comfort berpengaruh signifikan terhadap Passenger Satisfaction

Comfort dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Menurut saya kursi pesawat

Batik Air nyaman dibanding maskapai lain, Saya merasa nyaman ketika berada dalam kabin pesawat Batik Air, Saya merasa kebisingan suara mesin Batik Air tidak mengganggu. Parameter estimasi antara *Comfort* dan *Passenger Satisfaction* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai $C.R. = 2,110$ dan koefisien regresi sebesar $0,179$ dengan standar hipotesis dapat diterima jika $C.R. \geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 2 (H2) berpengaruh signifikan. Pamungkas (2020) mengungkapkan lewat penelitiannya bahwa *Comfort* memiliki pengaruh yang kuat terhadap *Passenger Satisfaction*.

Connectivity* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Satisfaction

Connectivity dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya merasa penerbangan transit Batik Air sudah dikelola dengan baik, Saya merasa penanganan bagasi transit Batik Air sudah baik, Saya merasa prosedur transit di Batik Air mudah dipahami, Saya merasa layanan garbarata yang diberikan Batik Air sudah baik, Saya merasa layanan *shuttle* bus Batik Air sudah baik. Parameter estimasi antara *Connectivity* dan *Passenger Satisfaction* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai $C.R. = 0,928$ dan koefisien regresi sebesar $0,091$ dengan standar hipotesis dapat diterima jika $C.R. \geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 3 (H3) tidak signifikan. Syarif et al (2020) mengungkapkan lewat penelitiannya bahwa *Connectivity* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Satisfaction*. Hal ini dikarenakan Konektivitas yang ditawarkan Batik Air menurut pelanggan sama halnya dengan yang ditawarkan kompetitor. Khususnya pada beberapa rute tertentu yang memang sebagai pelanggan terbantu karena hanya dilayani oleh Batik Air. Namun, banyak rute yang juga dilayani kompetitor sehingga pelanggan seolah diberikan pilihan untuk memilih akan menggunakan maskapai apa

Information Services* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Satisfaction

Information Services dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya merasa layanan informasi penerbangan yang diberikan Batik Air jelas, Saya merasa layanan informasi penerbangan yang diberikan Batik Air berguna bagi saya, Saya merasa mudah untuk mendapatkan layanan informasi mengenai penerbangan saya dengan Batik Air. Parameter estimasi antara *Information Services* dan *Passenger Satisfaction* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai $C.R. = 2,041$ dan koefisien regresi sebesar $0,105$ dengan standar hipotesis dapat diterima jika $C.R. \geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 4 (H4) berpengaruh signifikan. Pelanggan bisa memperoleh informasi Batik Air melalui Telepon, SMS, Email, Kantor Batik Air, dan Layanan Pelanggan di Bandara. Namun ada yang berbeda di Batik Air bahwa penumpang mendapatkan notifikasi *Trip Reminder* yang dikirimkan melalui email sehari sebelum penerbangan juga email *Flight Feedback* yang dikirimkan melalui email setelah penerbangan. Hal ini bagi beberapa orang merasa penting namun tidak untuk sebagian orang.

Operation Schedule* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Satisfaction ***Operation Schedule***

Dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya merasa jadwal penerbangan yang ditawarkan Batik Air beragam, Saya merasa jadwal penerbangan yang ditawarkan Batik Air sesuai dengan kebutuhan saya, Saya merasa jadwal operasional penerbangan Batik Air cocok untuk penerbangan transit ke berbagai daerah. Parameter estimasi antara

Operation Schedule dan *Passenger Satisfaction* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai C.R. = 2,113 dan koefisien regresi sebesar 0,152 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 5 (H5) berpengaruh signifikan.

Personalized Services* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Satisfaction

Personalized Services dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Menurut saya sikap awak kabin Batik Air ramah, Saya merasa fasilitas *Inflight Entertainment* dalam pesawat yang di tawarkan oleh Batik Air sangat menarik, Saya merasa layanan check in bagasi pesawat sudah baik. Parameter estimasi antara *Personalized Services* dan *Passenger Satisfaction* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai C.R. = 2,457 dan koefisien regresi sebesar 0,197 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 6 (H6) berpengaruh signifikan.

Safety and Security* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Satisfaction

Safety and Security dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya merasa aman terbang dengan Batik Air, Saya merasa aman ketika melakukan *Check In* Batik Air di bandara, Saya merasa bagasi saya terjamin dengan baik di Batik Air. Parameter estimasi antara *Safety and Security* dan *Passenger Satisfaction* menunjukkan hasil signifikan dengan nilai C.R. = 1,130 dan koefisien regresi sebesar 0,108 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 7 (H7) tidak signifikan.

Reliability* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Satisfaction

Reliability dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya merasa ketepatan waktu kedatangan penerbangan Batik Air sudah baik, Saya merasa ketepatan waktu keberangkatan penerbangan Batik Air sudah baik, Saya merasa tidak banyak masalah yang timbul ketika saya terbang dengan Batik Air. Parameter estimasi antara *Reliability* dan *Passenger Satisfaction* menunjukkan hasil signifikan dengan nilai C.R. = 2,103 dan koefisien regresi sebesar 0,152 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 8 (H8) berpengaruh signifikan.

Ticket Service* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Satisfaction

Ticket Service dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya merasa tiket Batik Air terjangkau, Saya merasa fasilitas online check in Batik Air sangat baik, Saya merasa proses untuk mendapatkan boarding pass batik air sangat mudah. Parameter estimasi antara *Ticket Service* dan *Passenger Satisfaction* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai C.R. = 1,331 dan koefisien regresi sebesar 0,124 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 9 (H9) tidak signifikan. Transportasi Udara merupakan transportasi yang paling berisiko jika terjadi kecelakaan, namun sebagai pelanggan Batik Air percaya bahwa penerbangan dengan Batik Air Aman dan Selamat. Karena penumpang dapat merasakan dan melihat persiapan penerbangan Batik Air sangat ketat dan sesuai prosedur.

Passenger Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Passenger Loyalty
Passenger Satisfaction

Dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya merasa Batik Air secara keseluruhan sudah memuaskan, Saya merasa senang dengan layanan Batik Air, Saya merasa tepat untuk selalu memilih Batik Air di setiap penerbangan saya. Parameter estimasi antara *Passenger Satisfaction* dan *Passenger Loyalty* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai C.R. = 6,733 dan koefisien regresi sebesar 0,457 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 10 (H10) berpengaruh signifikan. Eboli (2015) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *Passenger Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Complaint*.

Passenger Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Passenger Complaint

Passenger Satisfaction dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Batik Air selalu cepat dalam menangani permasalahan konsumen, Batik Air selalu berusaha yang terbaik menangani permasalahan konsumen, Batik Air selalu berusaha membantu konsumennya secara maksimal, Batik Air memiliki prosedur yang jelas dalam penanganan permasalahan konsumen Parameter estimasi antara *Passenger Satisfaction* dan *Passenger Complaint* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai C.R. = 4,038 dan koefisien regresi sebesar 0,290 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 11 (H11) berpengaruh signifikan. De Ona et al. (2014) mengungkapkan hal serupa bahwa *Passenger Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Passenger Loyalty*.

Passenger Complaint berpengaruh signifikan terhadap Passenger Loyalty

Passenger Complaint dibentuk oleh indikator sebagai berikut: Saya lebih cenderung memilih Batik Air untuk penerbangan selanjutnya, Saya selalu memilih Batik Air ketika ada Batik Air dalam rute yang saya butuhkan, Saya akan selalu mencari informasi lebih dalam mengenai Batik Air, Saya akan merekomendasikan Batik Air kepada keluarga dan teman-teman. Parameter estimasi antara *Passenger Complaint* dan *Passenger Loyalty* menunjukkan hasil tidak signifikan dengan nilai C.R. = 5,295 dan koefisien regresi sebesar 0,416 dengan standar hipotesis dapat diterima jika C.R. $\geq \pm 2.00$ dengan taraf signifikansi < 0.05 (5%), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis 12 (H12) berpengaruh signifikan.

SIMPULAN

Bahwa variabel *Passenger Satisfaction* dipengaruhi oleh 9 variabel berbeda di mana paling dipengaruhi oleh *Accessibility* (0,321), *Connectivity* (0,928), *Safety and Security* sebesar (1,130), *Ticket Service* (1,331), *Information Service* (2,041), *Reliability* (2,103), *Comfort* (2,110), *Operation Schedule* (2,113), dan *Personalized Services* (2,457) dan Sedangkan *Passenger Satisfaction* dipengaruhi oleh *Passenger Loyalty* sebesar (4,038), *Passenger Satisfaction* dipengaruhi oleh *Passenger Complaint* sebesar (6,733) dan *Passenger Complaint* dipengaruhi oleh *Passenger Loyalty* sebesar (5,295).

DAFTAR PUSTAKA

Aksoy, S., Atilgan, E., & Akinci, S. (2003). Airline services marketing by Domestic and foreign firms: differences from the customers' viewpoint. *Journal of Air Transport Management*, 9(6), 343-351.

- Cui, M., & Levinson, D. (2018). Full cost accessibility. *Journal of Transport and Land Use*, 11(1), 661-679. <https://www.jstor.org/stable/26622422>
- Akbar, M. A. T., Imani, Y. N., Andriyani, A. Z., & ... (2023). Analisis Sengketa Pelanggaran Persaingan Bisnis Yang Dilakukan Oleh Pt. Lion Mentari. *Jurnal Ekonomi* ..., 5(3), 32-37. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/998%0Ahttps://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/download/998/751>
- Aprilia, C. A. B., & Putrie, A. R. (2024). *Analisis Pelayanan Staf Unit Lost and found dalam Menangani Permasalahan Delay Baggage pada Penumpang Singapore Airlines di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya*. 3(3), 536-549.
- Zend, S. C. (2024). *Analisis Penanganan Bagasi Hilang Pada Unit Lost And Found Bandar Udara Tjilik Riwut Palangka Raya Oleh PT . Mulio Citra Angkasa*.