

## PENGARUH INOVASI PRODUK ELECTRONIC FLIGHT PLAN (e-FPL) DAN PELAYANAN UNIT CENTRALIZED FLIGHT PLAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KANTOR AIRNAV INDONESIA

Eka Doni Prasetya<sup>1</sup>, Erialdy<sup>2</sup>, Joko Rianto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Airnav Indonesia

<sup>23</sup>Program Pascasarjana Universitas Islam Syekh Yusuf, Indonesia, 15118

E-mail Corespondent : erialdy@unis.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Inovasi Produk Electronic Flight Plan (e-FPL) Dan Pelayanan Unit Centralized Flight Plan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Airnav Indonesia. Data dalam penelitian menggunakan data primer berupa kuesioner, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Slovin diperoleh sebanyak 75 Akun *Electronic Flight Plan* (e-FPL) Kantor AirNav Indonesia. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi sederhana, analisis korelasi ganda, koefisien determinasi, Uji t dan Uji F dengan menggunakan software SPSS versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji t dengan nilai t hitung  $13.002 > t$  tabel  $1.996$  dan signifikansi  $0.000 < probabilitas 0.05$  maka hipotesa pertama diterima secara parsial produk *electronic flight plan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan berdasarkan uji t dengan nilai t hitung  $21.126 > t$  tabel  $1.996$  dan hasil signifikansi  $0.000 < probabilitas 0.05$  maka hipotesa kedua diterima secara parsial pelayanan Unit *Centralized FPL* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta berdasarkan uji F bahwa nilai F hitung sebesar  $296.867 >$  dari F tabel  $3.15$  maka secara simultan produk *electronic flight plan* dan pelayanan unit *Centralized FPL* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta memiliki hubungan positif dan signifikan. Indeks determinasi produk *electronic flight plan* dan pelayanan Unit *Centralized FPL* sebesar  $89\%$  terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia dan sisanya sebesar  $11\%$  merupakan kontribusi variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Produk, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

### Abstract

*This study aims to analyze the effect of Electronic Flight Plan (e-FPL) Product Innovation and Centralized Flight Plan Unit Services on Customer Satisfaction at the Airnav Indonesia Office. The data in the study used primary data in the form of a questionnaire, the sampling technique using the formula from Slovin obtained as many as 75 Electronic Flight Plan (e-FPL) Accounts at the AirNav Indonesia Office. Data analysis techniques in this study include validity and reliability tests, simple regression analysis, multiple correlation analysis, coefficient of determination, t test and F test using SPSS version 24 software. t table 1.996 and significance 0.000 < probability 0.05 then the first hypothesis is partially accepted. Electronic flight plan products have a positive and significant effect on customer satisfaction and based on the t test with a t value of 21.126 > t table 1.996 and the result of significance 0.000 < probability 0.05 then the second hypothesis is accepted Partially, the service of the Centralized FPL Unit has a positive and significant effect on customer satisfaction. And based*

on the F test that the calculated F value is  $296,867 >$  from F table 3.15, simultaneously the electronic flight plan product and the Centralized FPL unit service have an effect on customer satisfaction and have a positive and significant relationship. The index of determination of the electronic flight plan product and the service of the Centralized FPL Unit is 89% of customer satisfaction at the AirNav Indonesia Office and the remaining 11% is the contribution of other variables outside of this study.

**Keywords :** Product, Service, Customer Satisfaction

## **A. Pendahuluan**

Seiring dengan perkembangan dinamika bisnis dan teknologi informasi, para pemangku kepentingan baik dari pihak pemerintah maupun swasta mulai mengimplementasikan teknologi informasi sebagai fasilitas utama penunjang bisnis dan pengambilan keputusan melalui analisa data. Oleh karena itu, keselarasan bisnis dan teknologi informasi sebaiknya diletakkan secara proporsional sesuai dengan kebutuhan organisasi. Organisasi yang bergantung pada proses bisnis elektronik justru menggunakan teknologi informasi sebagai sistem utama yang mendesain, menganalisis, mengembangkan dan menjalankan model bisnisnya. Perubahan dramatis dalam pemanfaatan teknologi informasi, bisnis menjadikannya suatu sistem informasi strategis yang dapat mendorong terciptanya keunggulan kompetitif disetiap penggunaannya.

Urgensi pada implementasi *Air Traffic Management* (ATM) di Indonesia, sebagai konsekuensi logis terhadap pesatnya pertumbuhan jumlah penerbangan di Indonesia dan regional Asia-Pasifik, Perum LPPNPI sebagai *Air Traffic Service* (ATS) *Provider* di Indonesia dituntut untuk segera mengambil langkah-langkah taktis dan strategis dalam rangka percepatan implementasi *Air Traffic Management* untuk menjamin pelayanan lalu lintas penerbangan yang aman, teratur dan efisiensi.

Perum Lembaga Penyedia Pelayanan Navigasi Penerbangan Indonesia (LPPNPI) atau yang biasa disebut Airnav Indonesia adalah Perusahaan Umum Milik Negara yang bergerak melayani jasa navigasi angkutan udara di Indonesia. Berdasarkan PP No. 77 tahun 2012 maksud dan tujuan pendirian Perum LPPNPI ialah melaksanakan penyediaan jasa pelayanan navigasi penerbangan sesuai dengan standar yang berlaku untuk mencapai efisiensi dan efektivitas penerbangan Indonesia dalam lingkup nasional dan internasional.

Langkah - langkah yang telah dilaksanakan dalam rangka peningkatan pelayanan navigasi penerbangan berupa modernisasi fasilitas komunikasi, navigasi dan surveillance, termasuk prosedur dan peningkatan kemampuan personel yang berperan langsung ataupun tidak langsung pada pelayanan lalu lintas penerbangan. Salah satu yang menjadi prioritas pada rencana implementasi ATM saat ini adalah percepatan pembangunan infrastruktur jaringan komunikasi data serta aplikasi pendukungnya untuk memastikan kelancaran distribusi berita penerbangan.

Penyajian data rencana penerbangan (*flight plan*) dan berita-berita penerbangan lainnya ke Unit *Air Traffic Services* (ATS) terkait diharapkan senantiasa akurat dan tepat waktu untuk menjamin kelancaran dalam proses *delivery* pelayanan lalu lintas penerbangan kepada *airspace users*.

Mengingat cakupan wilayah operasi yang cukup luas dan terdapat ratusan bandara tersebar sampai ke wilayah terpencil, diperlukan media komunikasi alternatif yang murah dan dapat diaplikasikan di bandara-bandara *remote* tersebut, sehingga proses distribusi berita penerbangan dapat berjalan dengan lancar dan tepat waktu.

Pengiriman rencana penerbangan secara modern dilakukan melalui media internet. Dalam hal ini user akan mengakses alamat e-FPL untuk proses pengiriman berita *flight plan*. Selanjutnya berita *flight plan* akan dilakukan validasi oleh Unit *Centralized Flight Plan*.

Sebelum Aplikasi e-FPL diimplementasikan, Airline pada Bandara Keberangkatan mengirimkan rencana penerbangan (FPL) secara manual dengan menyampaikan lembar FPL ke Kantor Cabang AirNav Setempat, selanjutnya akan divalidasi oleh Personel *ATS Reporting Office* (ARO) untuk dikirimkan dengan fasilitas teleprinter dengan jaringan AFTN. Pengiriman rencana penerbangan secara manual membutuhkan waktu yang cukup lama, proses validasi secara manual memungkinkan adanya *human error* dan setiap pengiriman FPL secara manual membutuhkan konsumsi bahan bakar.

Aplikasi e-FPL Sejak diimplementasikan terdapat beberapa gangguan yang dialami oleh pengguna e-FPL. Pengguna e-FPL dalam hal ini Unit ATS RO pada Kantor Cabang Airnav dan Para *Stakeholder* (*Airline, Ground Handling, TNI/POLRI*). Beberapa kendala yang sering dialami terkait dengan akses jaringan yang terganggu dan tidak meresponnya program database terhadap perintah yang disampaikan oleh pengguna e-FPL ketika akan mencari berita penerbangan.

## B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:11) “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna (*user*) aktif aplikasi e-FPL pada Kantor Airnav yang berjumlah 295 akun e-FPL. Berdasarkan jumlah populasi sebanyak 74,86 dan dibulatkan mejadi 75 akun aktif e-FPL pada Kantor Airnav Indonesia.

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1. Analisis Regresi Sederhana

Tabel 1.  
Analisa Regresi Sederhana Produk Dengan Kepuasan Pelanggan  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardize d B	Coefficients Std. Error	Standardized Coeficents Beta	t	Sig
1 (Constant)	6.711	2.910		2.306	.024
Produk (X1)	.859	.066	.836	13.003	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber Data: data diolah menggunakan SPSS 24

Dari tabel di atas menunjukkan nilai a (constant) = 6.711 nilai b 0.859 maka persamaan regresinya adalah  $Y = 6.711 + 0.859 (X1)$

- 1) Nilai konstanta = 6.711 menunjukkan besarnya nilai produk e-FPL jika tidak ada pengaruh dari kepuasan pelanggan.
- 2) Nilai b = 0.859 menunjukkan jika variable produk mengalami peningkatan nilai, maka nilai variabel produk akan meningkat 0.859.

Tabel 2.

Analisa Regresi Sederhana Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardize d B	Coefficients Std. Error	Standardized Coeficents Beta	t	Sig
1 (Constant)	-.784	2.146		-.365	.716
Pelayanan (X2)	1.025	.049	.927	21.126	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber Data: data diolah menggunakan SPSS 24

Dari tabel di atas menunjukkan nilai a (constant) = -.784 nilai b 1.025 maka persamaan regresinya adalah  $Y = -.784 + 1.025 (X2)$

- 1) Nilai konstanta = -.784 menunjukkan besarnya nilai Pelayanan Unit Centralized FPL jika tidak ada pengaruh dari kepuasan pelanggan.
- 2) Nilai b = 1.025 menunjukkan jika variable produk mengalami peningkatan nilai, maka nilai variabel pelayanan akan meningkat 1.025.

## 2. Analisis Korelasi Ganda

Untuk mengetahui seberapa erat hubungan variable independent terhadap variable dependent digunakan analisis korelasi ganda.

Tabel 3.

Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjus ted R Squar e	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		Df1
					R Squa re Chan ge	F Change	
1	.94 4 <sup>a</sup>	.892	.889	1.58619	.892	296.867	2

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 24

Dari tabel di atas menunjukkan adanya korelasi ganda R sebesar 0.944 artinya bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat variable independent terhadap variable dependent dan sisanya dipengaruhi oleh variabel - variable lain.

### 3. Koefisien Determinasi

Tabel 4.  
Hasil Uji Koefisien Determinasi  
X1 (Produk), X2 (Pelayanan), Y (Kepuasan Pelanggan)  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		Df1
					R Square Change	F Change	
1	.944 <sup>a</sup>	.892	.889	1.58619	.892	296.867	2

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 24

Dari tabel di atas menunjukkan adanya koefisien determinasi atau R square sebesar 0.892 (89,2%), artinya pengaruh produk electronic flight plan dan pelayanan unit centralized FPL sebesar 89,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel - variabel lainnya di luar penelitian ini.

### 4. Penguji Hipotesis

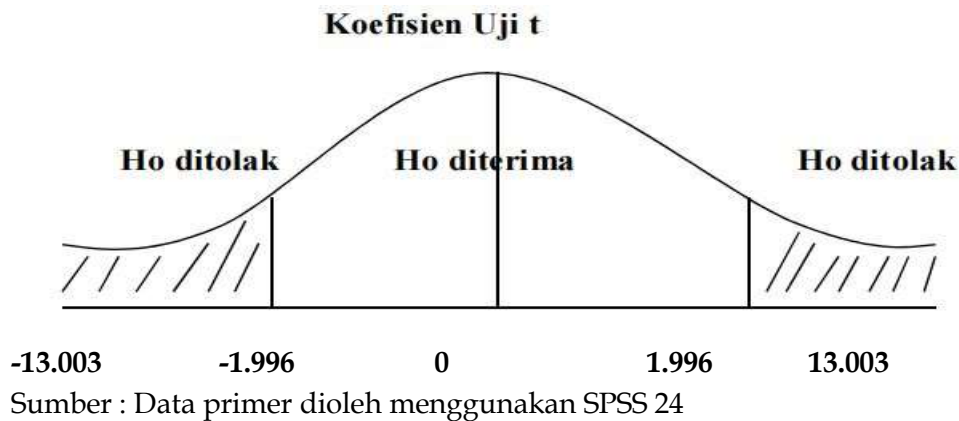
Tabel 5.  
Uji t Produk terhadap Kepuasan  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized B	Standardized Coefficients Beta	Std. Error	t	Sig.
1 (Constant)	6.711		2.910	2.306	.024
Produk (X1)	.859	.836	.066	13.003	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan hasil di atas didapat t hitung sebesar 13.002 dan angka significant 0.000. Besar t tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$  (0,05), derajat kebenaran  $n - 2$  ( $75 - 2 = 73$ ) serta uji 2 sisi (*two tailed*) diperoleh angka 1.996. Karena angka signifikansi  $1.996 < 13.003$  dan t hitung dari t tabel ( $13.003 > 1.996$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikansi antara produk terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Koefisien Uji t

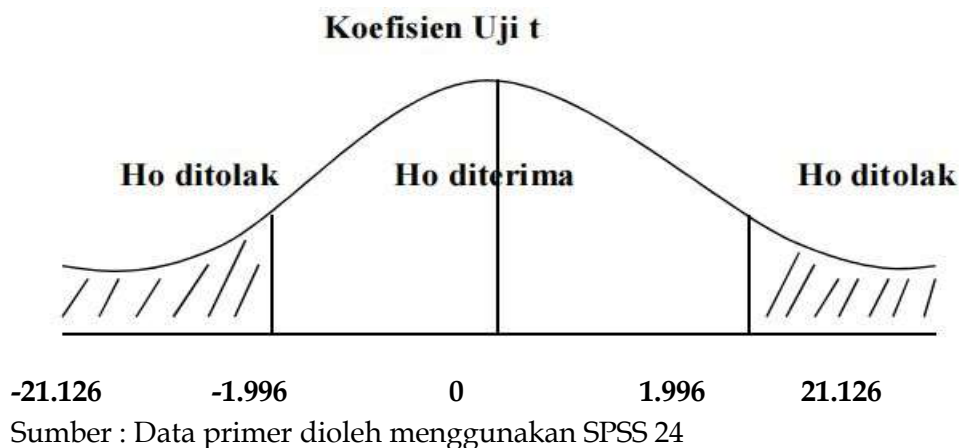
Tabel 6.  
Uji t Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardize d B	Coefficients Std. Error	Standardized Coeficients Beta	t	Sig
1 (Constant)	-.784	2.146		-.365	.716
Pelayanan (X2)	1.025	.049	.927	21.126	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan hasil di atas didapat t hitung sebesar 21.126 dan angka significant 0.000. Besar t tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$  (0,05), derajat kebenaran  $n - 2$  ( $75 - 2 = 73$ ) serta uji 2 sisi (*two tailed*) diperoleh angka 1.996. Karena angka signifikansi  $1.996 < 21.126$  dan t hitung dari t tabel ( $21.126 > 1.996$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikansi antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 2. Koefisien Uji t

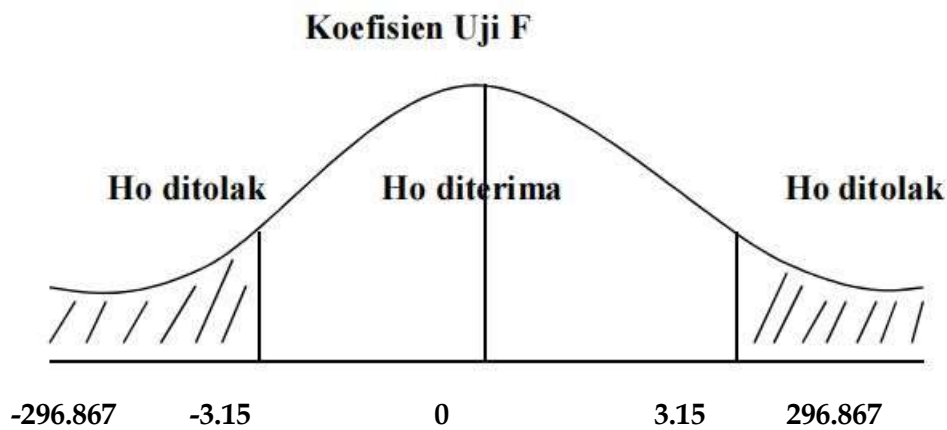
5. Uji F

Table 7.  
Uji F Produk e-FPL, Pelayanan Unit Centralized FPL terhadap Kepuasan Pelanggan ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	1493.835	2	746.917	296.867	.000 <sup>b</sup>
Residual	181.152	72	2.516		
Total	1674.987	74			

- a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)  
b. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Produk (X1)

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 296.867 dengan nilai signifikansinya sebesar 0.000. Besar nilai F tabel dicari didasarkan pada dk pembilang = 2 dan dk penyebut =  $n - k - 1 = 75 - 2 - 1 = 72$  dengan taraf 5% dengan demikian hasil perbandingannya adalah  $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{tabel}}$  yaitu ( $296.867 > 3.15$ ), artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel produk e-FPL dan Pelayanan Unit Centralized FPL secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta hubungan positif dan signifikan.



Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS 24

Gambar 3. Koefisien Uji F

**A. Pembahasan**

Pembahasan merupakan ulasan hasil riset secara proporsional dengan menggunakan teori - teori dan hasil - hasil riset lain yang relevan, adapun hasil pembahasan riset ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Produk *Electronic Flight Plan* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia.

Berdasarkan hasil riset pengaruh Produk *Electronic Flight Plan* terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia bahwa produk berpengaruh positif sebesar 0.836, pengaruh produk *electronic flight plan* terhadap kepuasan

pelanggan memiliki hubungan kuat. Sedangkan hasil hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh Produk *electronic flight plan* terhadap kepuasan pelanggan hasilnya terbukti signifikan, di mana t hitung menunjukkan perolehan skor 13.002. Persamaan regresi yang didapatkan yaitu  $Y = 6.711 + 0.859 (X1)$ , nilai a (constan) = 6.711, nilai b = 0.859 menunjukkan apabila variabel produk *electronic flight plan* terjadi pertambahan nilai, artinya nilai variabel produk *electronic flight plan* akan bertambah 0.859.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu Yayan Setiawan (2013) hasilnya secara bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu memberikan perubahan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa peran atau kontribusi variabel produk dan pelayanan mampu memberikan kepuasan pelanggan. Sementara itu, Inka Janita Sembiring, dkk (2014) menyatakan terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Begitu juga secara parsial terdapat pengaruh antara variabel produk terhadap kepuasan konsumen.

Dengan demikian, kaitannya dengan penelitian ini kualitas produk merupakan jaminan kepuasan pelanggan bagi konsumen untuk dapat menggunakan produk secara terus menerus. Semakin baik kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 2. Pengaruh Pelayanan Unit Centralized Flight Plan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia

Berdasarkan hasil riset pengaruh Pelayanan Unit *Centralized Flight Plan* terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia bahwa pelayanan berpengaruh positif sebesar 0.927, pengaruh pelayanan Unit *Centralized FPL* terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan kuat. Sedangkan hasil hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh Pelayanan *Unit Centralized Flight Plan* terhadap kepuasan pelanggan hasilnya terbukti signifikan, di mana t hitung menunjukkan perolehan skor 21.126. Persamaan regresi yang didapatkan yaitu  $Y = -0.784 + 1.025 (X2)$ , nilai a (constan) = -0.784, nilai b = 1.025 menunjukkan apabila variabel pelayanan Unit *Centralized FPL* terjadi pertambahan nilai, artinya nilai variabel pelayanan Unit *Centralized FPL* akan bertambah 1.025.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Iis Maulidah, dkk (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2008) dalam buku Pemasaran strategik halaman 70 mengemukakan bahwa "kualitas pelayanan berkontribusi signifikan bagi pengembangan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa".

Oleh karena itu, Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang penting untuk mendukung kepuasan pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka akan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap



kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin berkurang pelayanan yang diberikan maka akan semakin menurunkan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Produk *Electronic Flight Plan* dan Pelayanan Unit *Centralized FPL* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia:
  - a. Hasil uji regresi berganda  $Y = 6.711$  (Produk) +  $-0.784$  (Pelayanan), nilai konstanta bernilai 6.711, koefisien variabel produk (X1) sebesar 6.711, koefisien variabel pelayanan (X2) sebesar -0.784, maka diperkirakan setiap ada peningkatan (karena tanda +) 1 poin variabel independen, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 1 poin.
  - b. Hasil uji korelasi berganda bernilai positif sebesar 0.944, memiliki tingkat hubungan sangat kuat berada pada interval koefisien 0.80 – 1.000. Jadi, dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia.
  - c. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh skor nilai sebesar 0.892. Hal ini berarti 89.2% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel produk dan pelayanan yang berkontribusi secara baik. Sedangkan sisanya 10.8% ( $100\% - 89.2\% = 10.8\%$ ) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam variabel penelitian.
  - d. Hasil uji F (Anova) menunjukkan skor nilai F hitung sebesar 296.867, sehingga hasilnya F hitung ( $296.867$ ) > dari F tabel (3.15) dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , karena F hitung lebih besar dari F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel produk dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Produk *Electronic Flight Plan* dan Pelayanan Unit *Centralized FPL* terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan produk *electronic flight plan* terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia, nilai signifikansi t hitung ( $13.002$ ) > t tabel (1.996). Artinya dalam kaitannya dengan penelitian ini, Produk *electronic flight plan* memiliki *performance*, *durability*, *conformance to specification*, kelengkapan *features*, *reliability*, estetika, *service ability* dan *perceived quality* yang baik. Sehingga dengan demikian ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Pelayanan Unit *Centralized Flight Plan* terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia dengan nilai signifikansi t hitung ( $21.126$ ) > t tabel (1.996). Artinya dalam kaitannya dengan penelitian ini, pelayanan pada Unit *Centralized FPL* memiliki daya tanggap, *reliability*, daya tanggap, jaminan, *empathy* dan *tangible*. Sehingga dengan demikian ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Produk *Electronic Flight Plan* dan Pelayanan Unit *Centralized Flight Plan* terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia. Korelasi berganda positif 0.944 memiliki tingkat hubungan sangat kuat, koefisien determinasi 89%, sisanya 11% dijelaskan oleh factor lain yang tidak terdapat pada variabel penelitian, uji signifikan F hitung (296.867) > dari F tabel (3.15). Artinya secara simultan produk dan pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Kantor AirNav Indonesia.

## Referensi

- Aditya, Dimas. (2020). "Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Karyawan Airnav Indonesia Cabang Jakarta Air Traffic Services Center Melalui Budaya Kerja Sebagai Variabel Mediasi". *Tesis*. Universitas Islam Syeh Yusuf Tangerang.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fahni, Jeryka. (2016). "Aplikasi Pembuatan *Flight Plan* (Rencana Penerbangan) Pada Bandar Udara Haluoleo Kendari Menggunakan Delphi 7.0". *Jurnal Sistem Informasi dan Teknik Komputer*, Volume 1 No. 1. Hal 109 – 125.
- Hariasari, Ardina. (2015). "Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Restoran Nikkou Ramen Yogyakarta". *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. (Terjemahan Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Khotimah, Rani Nur. (2018). "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dan Pelayanan Di Mr. Teto Yogyakarta"
- Mulyadi, Muhammad. (2014). *Metode Penelitian Praktis : Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta : Publica Institute
- Mulyanto, Agus Iwan (2020). *Consumer Prefrence Shopping in Traditional and Modern Markets of Tangerang City*. *Jurnal Solid State Technology*, Volume 63, Halaman 7593-7599.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, kuesioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono.(2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. Chandra, G. & Adriana, D. (2008). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. & Candra, G. (2016). *Service, quality, dan satisfaction (edisi 4)*. Yogyakarta: Andi Offset
- Yusuf, Muri. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group