



ANALISIS PERUBAHAN SISTEM REFUND TIKET PESAWAT TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN MASKAPAI GARUDA INDONESIA

Imam Ozali¹, Muhammad Fadli², Euis Saribanon³

¹³Institut Transportasi dan Logistik Trisakti Jakarta, Indonesia, ²Politeknik Bintan Cakrawala, Bintan, Indonesia

Email imamozaly@gmail.com¹, ahmadfadli8733@gmail.com², nengnonon04@gmail.com³

Abstrak

Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan milik negara Republik Indonesia, yang mempunyai kantor pusat di Bandara Soekarno Hatta, Cengkareng. Garuda Indonesia merupakan *flight Carrier* Indonesia, dengan memberikan pelayanan *full service* terbaik yang memiliki 90 destinasi di seluruh dunia dan di beberapa tempat eksotis di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh dampak perubahan *refund* tiket dari yang sebelumnya dibayarkan dalam bentuk *cash* dirubah menjadi dalam bentuk *voucher*, terhadap minat beli penumpang Garuda Indonesia. Permasalahan yang di hadapi adalah dengan ketentuan baru yang dibuat Garuda Indonesia tentang *refund* tiket menjadi *travel voucher* tentunya memicu respon yang beragam dari pelanggan yang sudah lama menggunakan Garuda Indonesia ataupun pelanggan yang masih baru. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dimana peneliti menggunakan data kualitatif yang dijabarkan kedalam bentuk deskriptif. Hasil luaran dari penelitian ini, diharapkan dapat diketahui sejauh mana dampak perubahan bentuk *refund* tiket Garuda Indonesia, yang sebelumnya pelanggan yang melakukan refund akan mendapatkan uang *cash*, selanjutnya berubah menjadi dalam bentuk *voucher*.

Kata Kunci: Penerbangan, Reservasi, Tiket, Refund, Tiket, Penumpang

Abstract

Garuda Indonesia is the state-owned airline of the Republic of Indonesia, which has its head office at Soekarno Hatta Airport, Cengkareng. Garuda Indonesia is an Indonesian flight carrier, by providing the best full service services that have 90 destinations around the world and in several exotic places in Indonesia. The purpose of this study was to find out how far the impact of changing ticket refunds from previously paid in cash to being in the form of vouchers, on the buying interest of Garuda Indonesia passengers. The problem faced is that the new provisions made by Garuda Indonesia regarding ticket refunds into travel vouchers certainly trigger various responses from customers who have used Garuda Indonesia for a long time or new customers. The research method used in this research is descriptive qualitative where the researcher uses qualitative data which is translated into descriptive form. The output of this study is expected to be able to know the extent of the impact of changing the form of Garuda Indonesia ticket refunds, which previously customers who made refunds would get cash, then changed to vouchers.

Keywords: Flight, Reservation, Ticket, Refund, Ticket, Passenger

PENDAHULUAN

Munculnya virus covid-19 diakhir tahun 2019 membawa dampak yang sangat besar kepada setiap negara dibelahan dunia. Sifat virus yang mudah menyebar dan sulitnya menentukan orang yang sudah terinfeksi membuat negara-negara melakukan berbagai macam cara untuk memperlambat angka laju penyebaran covid-19 (Rahmadani, 2021) Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menghimbau kepada masyarakat untuk mengurangi aktivitas diluar rumah dan pelarangan bagi warga negara luar yang berasal dari daerah yang terkena dampak covid-19 untuk masuk ke dalam negeri. Upaya tersebut membawa dampak tersendiri untuk setiap sektor industri tak terkecuali industri penerbangan. Penerbangan merupakan salah satu moda transportasi udara berjadwal di Indonesia. menurut (Hanief et al., 2018) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan

penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan dan secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain. Sedangkan menurut transportasi dapat diartikan usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari satu tempat ke tempat lain, dimana di tempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. Transportasi memainkan peran penting dalam perkembangan sejarah karena dengan transportasi sebuah Negara dapat berkembang secara ekonomis selain itu transportasi dibagi menjadi 3 macam yaitu transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara yang fungsinya saling berhubung.

Adanya larangan masuk bagi warga Negara tertentu memaksa maskapai untuk meniadakan rute penerbangan ke wilayah tersebut dan dengan himbauan untuk mengurangi aktivitas diluar rumah membuat maskapai kehilangan pemasukan yang berujung dengan kerugian uang dalam jumlah yang besar dan mengharuskan maskapai untuk mengurangi sumber daya manusia. Dampak dari pengendalian mobilitas kegiatan diluar rumah terhadap maskapai yaitu seperti : 1) berkurangnya penumpang yang menggunakan jasa penerbangan pesawat 2) pembatalan oleh penumpang yang sudah melakukan pemesanan tiket yang berujung pada *refund* dalam bentuk uang tunai. Dimana aktivitas tersebut akan berdampak didalam reservasi dan tiket yang telah dilakukan di Garuda Indonesia, yang menurut Menurut (Hertanu W & Hidayat, 2016), reservasi atau reservation berasal dari kata kerja *to reserve* yang berarti memesan dan menyediakan tempat. Dalam hal ini pengertian reservasi adalah suatu transaksi yang menyangkut tentang penyediaan tempat, pelayanan khusus fasilitas-fasilitas lainnya untuk penumpang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan jasa pesawat terbang. Sedangkan menurut (Miro, 2005) *reservation* secara umum dapat diartikan sebagai penyediaan tempat duduk, yang meliputi keseluruhan proses kegiatan yang berkaitan dengan pendistribusian produk, pencatatan keseluruhan transaksi pemesanan tempat untuk pencapaian pendapatan yang optimal. Sedangkan definisi tiket menurut (Nurfebiaraning, 2017) adalah dokumen perjalanan yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berisi rute, tanggal, data penumpang yang digunakan untuk melakukan suatu perjalanan. Menurut UU RI No. 1 tahun 2009, tiket adalah dokumen berbentuk cetak atau bentuk lainnya, yang merupakan salah satu alat bukti adanya perjanjian angkutan udara antara penumpang dan pengangkut. Penumpang yang sudah memiliki tiket memiliki hak yang harus dipenuhi dan kewajiban bagi pihak maskapai untuk memenuhi hak tersebut sebagaimana yang sudah diatur oleh UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (Rahmadani, 2021). Keadaan seperti ini memaksa maskapai melakukan berbagai macam cara untuk bertahan salah satunya adalah mengubah kebijakan *refund* tiket yang sebelumnya berupa uang tunai ke dalam bentuk *travel voucher* yang dapat digunakan kembali oleh penumpang untuk terbang menggunakan maskapai yang mengeluarkan *travel voucher* tersebut. Menurut Pasal 4 huruf (H) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), *refund* adalah hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pembatalan tiket dapat dilakukan juga apabila terdapat kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan hingga mengakibatkan kerugian kepada pembeli. Refund dapat berupa pengembalian uang atau penukaran barang/jasa yang bernilai sama (Riswan, 2019).

Garuda Indonesia yang merupakan maskapai terbaik di Indonesia juga harus merubah ketentuan *refund* tiket ke bentuk *voucher* untuk mencegah adanya pengeluaran yang bisa merugikan maskapai. *Travel voucher* adalah dokumen penerbangan yang diterbitkan oleh maskapai kepada penumpang agar dapat digunakan untuk melakukan perjalanan dengan maskapai yang sama di kemudian hari. Maskapai dapat menggunakan *travel voucher* sebagai kompensasi jika terjadi pembatalan tiket oleh penumpang atau kendala lain (Romadhon, 2006). Penukaran tiket dengan *travel voucher* harus bernilai sama dengan uang yang dikeluarkan oleh penumpang dan penggunaan *travel voucher* dapat diwakilkan oleh orang lain dengan surat kuasa yang sudah ditandatangani oleh pemilik dari *voucher* tersebut. *Travel voucher* sebagai pengganti uang *refund* sesuai dengan Undang undang yang mengatur hal demikian dimana jika perusahaan tidak bisa mengembalikan uang konsumen maka perusahaan dapat menukarkannya dengan benda yang bernilai sama seperti uang yang dikeluarkan konsumen. Perubahan tersebut memicu tanggapan yang disampaikan oleh pelanggan maskapai Garuda Indonesia, mereka mengeluhkan adanya perubahan kebijakan *refund* tiket tersebut dan

membuat citra Garuda Indonesia yang selama ini mengedepankan kenyamanan pelanggan, membuat pelanggan kehilangan kepercayaan kredibilitas terhadap maskapai tersebut. Menurut (Rusydi, 2017) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada informasi perusahaan. Sedangkan menurut (Sarinah et al., 2019) pelanggan adalah seorang individu yang secara continue dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. Dari kedua pendapat tersebut bahwa kebutuhan dan keinginan seorang pelanggan berada di prioritas perusahaan (Sulistiyani et al., 2020).

Pelanggan dibagi menjadi 5 macam pelanggan baru, pelanggan potensial, pelanggan impulsif, pelanggan hemat, dan pelanggan loyal. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Aditya Lazuardi Hadani dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang” dalam penelitiannya dapat ditarik kesimpulan bahwa Semakin tinggi kualitas layanan sebelum penerbangan (Pre flight Service) maka semakin tinggi kualitas layanan, Semakin tinggi kualitas selama perjalanan (Inflight Service) maka semakin tinggi kualitas pelayanan. Semakin tinggi kualitas layanan setelah penerbangan (Post Flight Service) maka semakin tinggi kualitas pelayanan. Semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi minat beli ulang. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu hanya empat variabel laten dengan tiga belas indikator variabel merupakan salah satu keterbatasan. Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Peniarsih Peniarsih dan Andriandi Andriandi dengan judul “Analisis Determinan Sistem Informasi E-Ticketing (Pendekatan Extended Theory Of Planned Behaviour)” Kesimpulan yang dapat ditarik adalah berpengaruh dalam mengembangkan transaksi pemesanan tiket melalui penggunaan sistem informasi e- ticketing sikap dan kontrol perilaku persepsian dan norma subjektif dan kepercayaan. Keterbatasan dalam penelitian penelitian ini tidak fokus pada layanan sistem e- ticketing pada suatu maskapai penerbangan tertentu. Setiap maskapai penerbangan tentu memiliki karakteristik tersendiri dalam pemberian layanan. Sehingga, berdasarkan penelitian terdahulu peneliti akan menggunakan variabel yang belum diteliti oleh peneliti sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul Analisis Perubahan Sistem Refund Tiket Pesawat dari Bentuk *Cash ke Voucher* terhadap Minat Beli Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan dalam penjelasannya penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah penumpang Garuda Indonesia, yang tentu akan bisa memberikan tanggapan yang penting dan benar, tentang perubahan mekanisme proses *refund* tiket yang bayarkan kepada penumpang dalam bentuk uang *cash*, dirubah ketentuannya menjadi dalam bentuk voucher. Jadi, dalam penelitian ini karena populasinya sampel merupakan sumber data orang penumpang penerbangan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu, sampel ini cocok dimanfaatkan untuk kegiatan penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Selanjutnya, dalam penelitian ini mengambil jumlah populasi untuk dijadikan sampel yaitu 109 sampel yang dijadikan responden.

Pada tahap pengumpulan data, selain peneliti menyebar kuesioner kepada penumpang Garuda Indonesia, juga mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan staf Garuda Indonesia. Peneliti juga melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk mendapatkan data primer maupun serta Studi kepustakaan untuk mendapatkan data sekunder yang akan dijadikan landasan teoritis untuk melakukan analisa masalah serta sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian. Selain itu peneliti juga memanfaatkan metode dokumentasi yang dapat digunakan sebagai laporan tertulis dari suatu kegiatan yang isinya terdiri dari penjelasan dan pemikiran terhadap peristiwa itu dan ditulis dengan sengaja untuk disimpan atau meneruskan keterangan tentang peristiwa itu. Dengan demikian kita dapat memasukkan notulen rapat, keputusan hakim, laporan panitia kerja, artikel majalah surat-surat, iklan dan sebagainya ke dalam pengertian dokumen. Sehubungan dengan definisi dokumentasi

sebagaimana tersebut di atas, data sekunder berupa data-data terkait obyek yang diteliti, penulis dapatkan dari perusahaan dan *browsing* di internet.

Proses analisis data dimulai dengan melihat seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara dan pengamatan yang telah dituliskan dalam catatan kunjungan ke lapangan dan dokumen resmi yang ada. Setelah mempelajari dan melakukan Analisa terhadap data tersebut, langkah berikutnya adalah melakukan reduksi terhadap data yang dilaksanakan dengan jalan membuat abstraksi. Abstraksi merupakan kegiatan membuat rangkuman dari penelitian tersebut yang inti dari proses dan pernyataan-pernyataannya. Terakhir dari analisis data ini adalah mengadakan penilaian tentang keabsahan data dan selanjutnya dilakukan evaluasi untuk dibuat laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil penelitian yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 109 penumpang Garuda Indonesia, yang telah memberikan berbagai tanggapan mengenai perubahan ketentuan pembayaran *refund* tiket dari yang sebelumnya dibayarkan dalam bentuk *cash*, dan dirubah menjadi *travel voucher*. Dari delapan pertanyaan yang diajukan kepada penumpang Garuda Indonesia, didapatkan hasil jawaban yang sangat menarik yang dapat digunakan sebagai data pendukung penelitian (Utari, 2014).

Ketentuan perubahan refund tiket telah diberlakukan oleh Garuda Indonesia sebelum adanya pandemi covid-19, maka ternyata pemahaman penumpang Garuda Indonesia terhadap perubahan ketentuan *refund* tiket dari yang sebelumnya dibayarkan dalam bentuk *cash* dan dirubah kedalam bentuk *voucher*, ternyata sebanyak 81,7% responden menjawab bahwa mereka sudah mengetahui adanya perubahan ketentuan *refund* tiket, sedangkan 18,3% responden menjawab belum mengetahui adanya perubahan ketentuan refund tiket. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penumpang Garuda Indonesia sudah mengetahui ketentuan perubahan pembayaran refund tiket tersebut. Namun demikian, karena masih ada penumpang yang belum mengetahui ketentuan perubahan refund tiket sebesar 18,3 %, maka kegiatan sosialisasi harus lebih ditingkatkan untuk menghindari menurunnya kepuasan pelanggan (Pratamayuda, 2018).

Cara penggunaan voucher sangat penting disosialisasikan kepada penumpang Garuda Indonesia, karena dari hasil kuesioner yang dilakukan ternyata yang sudah mengetahui bagaimana cara menggunakan *travel voucher* adalah sebanyak 72,5 %, sedangkan 27,5% responden tidak tahu cara menggunakan *travel voucher*. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pelanggan Garuda Indonesia yang masih belum mengetahui cara penggunaan *travel voucher* yang *relative* masih tinggi (Hertanu W & Hidayat, 2016).

Hasil yang disajikan untuk indikator tentang darimana pelanggan Garuda Indonesia mengetahui adanya perubahan ketentuan *refund* tiket hasil yang peneliti dapatkan adalah mayoritas responden mengetahui perubahan tersebut dari Garuda Indonesia secara langsung dari website Garuda Indonesia sebanyak 46,8% responden, sedangkan yang mengetahui perubahan ketentuan refund tiket berasal dari staf Garuda Indonesia sebesar 29,4%, sedangkan sisanya yang hasilnya berada dibawah 3% mengetahui perubahan ketentuan refund dari pihak diluar Garuda Indonesia seperti teman, aplikasi traveloka, kuesioner, sosial media, atau pengalaman pribadi (Hanief et al., 2018).

Apakah pelanggan Garuda Indonesia merasa dipersulit, dengan adanya perubahan ketentuan *refund* tiket yang baru ketika menggunakan masakapai. Dan hasil yang peneliti dapatkan adalah sebanyak 69,7% responden menjawab bahwa mereka merasa tidak dipersulit dengan adanya perubahan ketentuan *refund* tiket sedangkan 30,3% responden merasa dipersulit dengan perubahan ketentuan *refund* tiket yang baru.

Pada indikator ini peneliti ingin mencari tahu apakah dengan adanya perubahan ketentuan *refund* tiket berpengaruh dalam keputusan pelanggan Garuda Indonesia ketika akan memilih tanggal perjalanan berikutnya, ternyata hasil yang peneliti dapatkan adalah sebanyak 84,4% responden menjawab bahwa mereka lebih berhati-hati dalam memilih tanggal perjalanan dengan menggunakan Garuda Indonesia sedangkan 15,6% responden menjawab keputusan mereka ketika memilih tanggal perjalanan tidak terganggu (Yasfi, 2018).

Sebelum pandemi covid-19 ketentuan refund tiket Garuda Indonesia adalah sesuai dengan bentuk pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan, apabila pembelian tiket dilakukan dalam bentuk

uang *cash* maka akan pada saat *refund* tiket akan dikembalikan juga dalam bentuk uang *cash* dan apabila dengan pembelian tiket menggunakan *debit card* maka pembayaran *refund* tiket akan dikembalikan pula ke rekening penumpang. Pada indikator ini, peneliti ingin membandingkan jika pelanggan Garuda Indonesia diberi pilihan apakah mereka lebih memilih untuk tiket mereka direfundkan ke dalam bentuk uang atau *travel voucher* dan hasil yang didapatkan oleh peneliti adalah sebanyak 57,8% responden lebih memilih *refund* tiket mereka dikembalikan dengan uang sedangkan 42,2% responden lebih memilih dikembalikan tetap berupa *Travel voucher* (Dewi, 2019).

Keputusan yang dilakukan Garuda Indonesia untuk merubah kebijakannya dalam *refund* tiket, kemudian peneliti ingin mengetahui apakah perubahan tersebut berpengaruh kepada loyalitas pelanggan Garuda Indonesia, mengingat bahwa jika dibandingkan dengan maskapai lokal lain Garuda Indonesia adalah maskapai dengan harga tiket termahal. Oleh karena itu, selanjutnya peneliti ingin mengukur seberapa besar pelanggan Garuda Indonesia yang akan menggunakan maskapai lain, dan ternyata hasil yang didapatkan adalah sebanyak 67% responden memilih menggunakan maskapai lain setelah adanya perubahan ketentuan *refund* tiket sedangkan 33% responden lebih memilih untuk tetap menggunakan maskapai Garuda Indonesia (Banjarnahor et al., 2021).

Peneliti ingin mengetahui maskapai penerbangan apa saja yang akan dipilih penumpang Garuda Indonesia, setelah adanya perubahan kebijakan *refund* tiket di Garuda Indonesia. Hasilnya, dari empat maskapai lokal yang ada didapatkan hasil adalah sebanyak 46,5% responden memilih menggunakan anak perusahaan Garuda yaitu Citilink, kemudian sebesar 24,4% memilih menggunakan Super Air Jet, sebesar 16,3% memilih menggunakan Lion Air, sedangkan sisa sebesar 12,8% memilih menggunakan Batik Air.

Peneliti melakukan wawancara kepada dua orang yang berbeda yaitu staf Garuda Indonesia untuk melengkapi dari jawaban responden yang telah didapatkan, kemudian. Pemilihan narasumber yang berbeda merupakan pilihan yang disengaja karena peneliti ingin melihat dua sudut pandang yang berbeda mengenai masalah yang saat ini dihadapi. Hasil dari jawaban yang didapatkan peneliti dari staf Garuda Indonesia, menunjukkan bahwa Garuda Indonesia telah melakukan sosialisasi kepada penumpang Garuda Indonesia pada saat datang di kantor penjualan Garuda Indonesia. Dan sejauh ini tanggapan penumpang Garuda Indonesia yang disampaikan ke staf Garuda Indonesia, bahwa sejauh ini belum ada penumpang yang mengatakan kalau mereka tidak mau terbang lagi dengan Garuda Indonesia, namun demikian ada beberapa penumpang Garuda Indonesia yang kecewa dengan adanya perubahan *refund* tiket

KESIMPULAN

Selama pandemi covid-19 maskapai penerbangan Garuda Indonesia terpaksa banyak melakukan langkah drastis untuk menyelamatkan perusahaan dari kebangkrutan salah satunya adalah dengan merubah ketentuan *refund* tiketnya yang dulunya memakai uang menjadi *travel voucher*, meskipun kebijakan tersebut tentu berdampak kepuasan pelanggan Garuda Indonesia. Langkah tersebut diambil untuk menghindari terjadinya pengeluaran arus kas dari pembelian tiket Garuda Indonesia. Dengan adanya kebijakan ketentuan *refund* tiket dalam bentuk *travel voucher*, tentu akan mendorong penumpang menggunakan *travel voucher* tersebut digunakan untuk membeli tiket untuk penerbangan Garuda Indonesia berikutnya. Dengan melakukan sosialisasi yang lebih efektif kepada penumpang Garuda Indonesia, tentu akan mengurangi dampak negatif yang akan ditimbulkan dengan adanya kebijakan perubahan ketentuan *refund* tiket. Sosialisasi dapat dilakukan secara masif melalui semua channel Garuda Indonesia, mulai dari website Garuda Indonesia, sosial media dan seluruh channel digital marketing Garuda Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Banjarnahor, A. R., Sari, O. H., Simanjuntak, M., Nur, N. K., Sudirman, S., Mukrim, M. I., Rangan, P. R., Mahyuddin, M., Duwila, A. A., & Tumpu, M. (2021). *Manajemen Transportasi Udara*. Yayasan Kita Menulis.
- Dewi, I. A. M. S. (2019). *Manajemen Risiko*. Unhi Press.
- Hanief, S., Pramana, D., Kom, S., & Kom, M. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Penerbit Andi.
- Hertanu W, A., & Hidayat, A. (2016). *Guru pembelajar modul paket keahlian usaha perjalanan wisata SMK kelompok kompetensi B: airlines reservation, dasar pembelajaran yang mendidik*.
- Miro, F. (2005). *Perencanaan Transportasi untuk Mahasiswa, Perencana dan Praktisi*.
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Deepublish.
- Pratamayuda, F. B. (2018). *Implementasi Sistem Informasi dan Strategi pada Industri Travel di Kota Yogyakarta*.
- Rahmadani, R. (2021). *Analisis Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan PSAK No. 23 pada PT. Fauzi Haya Tour & Travel Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Riswan, M. (2019). *Komunikasi Antar Pribadi Staff Ticketing Maskapai PT, Garuda Indonesia Dalam Menangani Komplain Penumpang*.
- Romadhon, S. (2006). *Hubungan Stabilitas Politik dan Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia pada Masa Reformasi*.
- Rusydi, M. (2017). *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sarinah, S., Qibtiyah, M., & Nurhayati, S. (2019). Strategi Meningkatkan Seat Load Factor Pada Penerbangan Citilink. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 5(3), 391–402.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31–39.
- Utari, Y. L. (2014). *Penerapan Analisis Balanced Scorecard Untuk Mengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada KAHA Tours and Travel Surabaya Tahun 2010-2012)*. Universitas Brawijaya.
- Yasfi, Z. (2018). *Strategi Customer Relationship Management PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 6 Yogyakarta Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api*.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)