

Strategi Membangun Kepercayaan Publik Bidang Transportasi Udara Terhadap Maskapai Penerbangan di Indonesia

Ahnis Zulkarnain^{1✉}, Genny Luhung Prasojo², Hadi Prayitno³, Efendi⁴, Tri Agung Widayat⁵

¹Politeknik Penerbangan Medan

²³⁴Akademi Penerbang Indonesia Banyuwangi

⁵Politeknik Penerbangan Makassar

Alamat Email: gprasojo@gmail.com², ha_pra@yahoo.co.id³, effendi.kemenhub@gmail.com⁴, chila3838@gmail.com⁵

✉ Email Korespondensi: ahnis.zulkarnain@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan di Indonesia dalam bidang transportasi udara. Kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa penerbangan. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan publik serta merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan publik tersebut. Penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Data diperoleh melalui kuisisioner yang disebarkan kepada 50 responden yang merupakan masyarakat umum yang pernah menggunakan jasa maskapai penerbangan di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan publik, seperti kompetensi, integritas, dan kepercayaan. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap strategi peningkatan kepercayaan publik yang diidentifikasi dalam penelitian ini. Strategi-strategi ini meliputi peningkatan kualitas pelayanan, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, serta membangun reputasi yang baik. Evaluasi terhadap efektivitas strategi ini dilakukan berdasarkan tingkat kepercayaan publik yang diukur setelah penerapan strategi tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa strategi peningkatan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan di Indonesia sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan meningkatkan pengalaman positif penumpang.

Kata Kunci: Kepercayaan Publik, Maskapai Penerbangan, Strategi Peningkatan

Abstract

This study aims to analyze strategies to enhance public trust in airlines in the field of air transportation in Indonesia. Public trust in airlines plays a crucial role in influencing people's decisions to use air travel services. Therefore, it is important to identify the factors that affect public trust and design effective strategies to enhance it. This research adopts a descriptive statistical method to collect and analyze data. The data is obtained through questionnaires distributed to 50 respondents who are members of the general public and have used airline services in Indonesia. The results of the analysis indicate the factors that influence public trust, such as competence, integrity, and reliability. Furthermore, an analysis is conducted on the strategies to enhance public trust identified in this study. These strategies include improving service quality, enhancing transparency and accountability, and building a good reputation. The effectiveness of these strategies is evaluated based on the level of public trust measured after the implementation of the strategies. Based on the research findings, it can be concluded that implementing strategies to enhance public trust in airlines in Indonesia is crucial for maintaining trust and improving passengers' positive experiences.

Keywords: Public Trust, Airlines, Enhancement Strategies

PENDAHULUAN

Transportasi udara telah menjadi komponen penting dalam kemajuan dan pertumbuhan suatu negara (Susanto & Keke, 2020). Di Indonesia, transportasi udara memainkan peran kunci dalam menghubungkan pulau-pulau yang terpisah geografis, mendorong pariwisata, perdagangan, dan investasi, serta memfasilitasi mobilitas dan pertukaran antarwilayah (Ayuningtyas, 2023). Maskapai penerbangan berperan sebagai penyedia utama layanan transportasi udara kepada masyarakat, yang melibatkan berbagai aspek, termasuk keamanan, keselamatan, kenyamanan, dan ketepatan waktu (Yauwwarin & Siwabessy, 2023).

Kepercayaan publik merujuk pada keyakinan positif dan harapan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap suatu individu, organisasi, atau lembaga (Rahayu, 2022). Bagi maskapai penerbangan, kepercayaan publik merupakan aset berharga yang dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan (Hidayani et al., 2020). Kepercayaan publik yang tinggi membantu membangun reputasi yang kuat, menarik lebih banyak penumpang, dan meningkatkan pangsa pasar (Majid, 2020). Sebaliknya, kehilangan kepercayaan publik dapat berdampak negatif, mengarah pada penurunan jumlah penumpang, kerugian finansial, dan penurunan citra maskapai penerbangan (Ode et al., 2022). Terjadinya kecelakaan pesawat yang mengakibatkan korban jiwa, insiden keamanan, layanan yang buruk, dan masalah operasional lainnya telah merusak reputasi maskapai penerbangan di Indonesia (Setiawan et al., 2023). Selain itu, faktor-faktor seperti kekurangan informasi transparan mengenai kebijakan dan standar keselamatan, kurangnya komunikasi efektif dengan publik, dan persepsi negatif tentang industri penerbangan juga telah berkontribusi pada penurunan kepercayaan publik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang efektif dalam membangun kembali dan memperkuat kepercayaan publik terhadap maskapai

penerbangan di Indonesia. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan publik, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi industri penerbangan Indonesia.

Secara keseluruhan, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi dalam konteks Indonesia yang sedang berusaha untuk mengembangkan industri penerbangan yang aman, handal, dan berkualitas. Dengan memiliki strategi yang tepat, maskapai penerbangan di Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan publik, memperbaiki citra industri penerbangan, dan mempromosikan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Hal ini akan berdampak positif pada peningkatan jumlah penumpang, peningkatan pendapatan, dan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian negara. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi dan pentingnya dalam memperbaiki industri penerbangan di Indonesia dan yang memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dan stakeholder terkait.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis data yang dibutuhkan (Firmansyah et al., 2021). Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur frekuensi dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap transportasi udara, serta mengidentifikasi strategi-strategi yang paling efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap transportasi udara.

Populasi dan Sampel

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat umum berjumlah 50 yang pernah atau sedang menggunakan transportasi udara di Indonesia. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dengan memilih responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Sukmaraga & Prayudhista, 2022). Data diperoleh melalui kuesioner online yang disebarluaskan melalui media sosial (Chaerani et al., 2020).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif (Purnia et al., 2020). Survei dilakukan untuk mengumpulkan data mengenai pandangan dan opini masyarakat terhadap transportasi udara serta tindakan atau strategi yang sudah dilakukan oleh maskapai penerbangan di Indonesia dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap transportasi udara.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode statistik deskriptif analisis faktor untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik terhadap transportasi udara. Dengan menggunakan metode penelitian yang tepat, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan data yang akurat dan valid untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap transportasi udara.

HASIL

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	Kepercayaan Publik		Strategi	
	pria	wanita	pria	wanita
Valid	23	27	23	27
Missing	0	0	0	0
Mode	^a 3.500	3.800	2.800	2.700
Median	3.700	3.900	3.800	4.000
Mean	3.830	3.863	3.804	3.904
Std. Error of Mean	0.143	0.133	0.142	0.142
Std. Deviation	0.687	0.690	0.683	0.738
Coefficient of variation	0.179	0.179	0.180	0.189
Variance	0.471	0.476	0.467	0.545
Skewness	-0.007	-0.019	0.009	-0.170
Std. Error of Skewness	0.481	0.448	0.481	0.448
Kurtosis	-1.182	-0.946	-1.038	-1.188
Std. Error of Kurtosis	0.935	0.872	0.935	0.872
Shapiro-Wilk	0.956	0.958	0.966	0.941
P-value of Shapiro-Wilk	0.394	0.331	0.604	0.131
Range	2.300	2.300	2.300	2.300
Minimum	2.700	2.700	2.700	2.700
Maximum	5.000	5.000	5.000	5.000
Sum	88.100	104.300	87.500	105.400

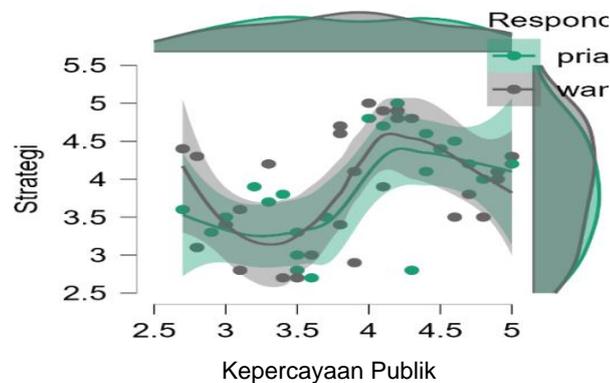
^a More than one mode exists, only the first is reported

Hasil statistik deskriptif ini menggambarkan karakteristik data dari dua variabel yaitu "Kepercayaan Publik dan Strategi" pada kelompok pria dan wanita. Dari hasil tabel, terlihat bahwa jumlah data yang valid atau tidak hilang pada kedua kelompok adalah sama yaitu 23 untuk pria dan 27 untuk wanita. Mode pada kelompok pria adalah 3,5 dan pada kelompok wanita adalah 3,8 untuk "Kepercayaan Publik" pria dan 2,8 untuk "Kepercayaan Publik" wanita. Median pada kedua kelompok adalah 3,7 untuk pria dan 3,9 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" pria dan 3,8 untuk pria dan 4,0 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" wanita. Mean pada kedua kelompok adalah 3,83 untuk pria dan 3,86 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" pria dan 3,80 untuk pria dan 3,90 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" wanita.

Standar error of mean pada kedua kelompok tidak terlalu berbeda, yaitu 0,143 untuk pria dan 0,133 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" pria dan 0,142 untuk pria dan 0,142 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" wanita. Standar deviasi pada kedua kelompok juga hampir sama, yaitu 0,687 untuk pria dan 0,690 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" pria dan 0,683 untuk pria dan 0,738 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" wanita. Koefisien variasi pada kedua kelompok juga hampir sama, yaitu 0,179 untuk pria dan 0,179 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" pria dan 0,180 untuk pria dan 0,189 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" wanita. Varians pada kedua kelompok hampir sama, yaitu 0,471 untuk pria dan 0,476 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" pria dan 0,467 untuk pria dan 0,545 untuk wanita pada "Kepercayaan Publik" wanita.

Skewness menunjukkan distribusi data simetris atau tidak (Likuiditas et al., 2019). Semua kelompok menunjukkan skewness yang cukup simetris dengan nilai negatif yang sangat kecil pada kelompok pria dan wanita pada "Kepercayaan Publik" pria dan nilai positif yang sangat kecil pada kelompok pria dan nilai negatif yang cukup kecil pada kelompok wanita pada "Kepercayaan Publik" wanita. Kurtosis mengukur "kepuntiran" distribusi data, dimana distribusi normal mempunyai nilai kurtosis 0. Semua kelompok menunjukkan nilai kurtosis negatif, yang menunjukkan bahwa distribusi data sedikit datar pada puncaknya. Hasil uji Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa semua kelompok memiliki nilai p lebih besar dari 0,05, yang berarti data terdistribusi normal. Range (rentang) pada kedua kelompok adalah sama, yaitu 2,3 pada "Kepercayaan Publik Strategi" pria dan wanita. Nilai minimum pada kedua kelompok juga sama, yaitu 2.

Kesimpulannya, nilai statistik deskriptif menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara kelompok pria dan wanita dalam hal nilai-nilai variabel kepercayaan publik dan Strategi. Namun, ada sedikit perbedaan dalam distribusi data antara kelompok pria dan wanita pada variabel Strategi.



Gambar 1. Scatter Plots: Kepercayaan Publik- Strategi

Scatter plot adalah jenis grafik yang digunakan untuk memvisualisasikan hubungan antara dua variabel kuantitatif (Joelio et al., 2022). Pada scatter plot, setiap data ditampilkan sebagai titik pada grafik dengan sumbu x dan y mewakili nilai dari dua variabel tersebut. Korelasi adalah ukuran seberapa dekat hubungan antara dua variabel (Hidayanti et al., 2021). Berdasarkan hasil, titik-titik pada scatter plot bergerak ke atas dan ke kanan, maka korelasi antara kedua variabel tersebut positif. Titik-titik tersebut membentuk pola yang menyerupai pola gelombang, maka dapat diinterpretasikan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut. Namun, perlu diperhatikan bahwa terdapat beberapa titik yang berada jauh dari garis trend, yang menunjukkan adanya nilai ekstrem atau outlier pada data.

Scatter plot dapat membantu untuk mengidentifikasi outlier atau data yang terletak jauh dari sebagian besar titik pada scatter plot. Outlier dapat mempengaruhi korelasi antara kedua variabel, pada distribusi, scatter plot juga dapat membantu untuk mengamati distribusi data pada masing-masing variabel. Berdasarkan hasil tersebut, titik-titik pada scatter plot tersebar secara merata di seluruh area grafik, maka dapat dikatakan bahwa distribusi data pada kedua variabel relatif sama. Dalam keseluruhan, scatter plot dapat

memberikan informasi visual yang berguna dalam menggambarkan hubungan antara dua variabel.

PEMBAHASAN

Analisis Kepercayaan Publik

Analisis komponen kepercayaan publik dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan publik, yaitu kompetensi, integritas, dan kepercayaan.

Pertama, kompetensi merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan publik. Faktor-faktor terkait kompetensi, seperti keamanan, keselamatan, dan kualitas layanan, memiliki bobot yang tinggi dalam membentuk kepercayaan. Masyarakat akan lebih percaya terhadap maskapai penerbangan yang memiliki reputasi baik dalam hal keamanan dan keselamatan, serta memberikan layanan berkualitas.

Kedua, integritas juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepercayaan publik. Transparansi dan akuntabilitas menjadi variabel penting yang memiliki bobot tinggi dalam membentuk kepercayaan. Masyarakat akan lebih percaya terhadap maskapai penerbangan yang transparan dalam kebijakan dan pengambilan keputusan, serta bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan.

Ketiga, kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepercayaan publik. Reputasi dan loyalitas menjadi variabel yang memiliki bobot tinggi dalam membentuk kepercayaan publik. Masyarakat akan lebih percaya terhadap maskapai penerbangan yang memiliki reputasi baik dan dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan di Indonesia meliputi kompetensi, integritas, dan kepercayaan. Maskapai penerbangan di Indonesia perlu memperhatikan faktor-faktor ini dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan. Dengan meningkatkan kualitas layanan, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, serta membangun reputasi yang baik, diharapkan masyarakat akan semakin percaya dan loyal terhadap maskapai penerbangan di Indonesia.

Analisis Strategi Peningkatan Kepercayaan Publik Terhadap Maskapai Penerbangan di Indonesia

Berdasarkan hasil analisis strategi peningkatan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan di Indonesia, terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh maskapai penerbangan untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap layanan penerbangan yang mereka tawarkan.

Pertama, meningkatkan kualitas layanan merupakan strategi yang penting. Kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan. Oleh karena itu, maskapai penerbangan perlu memperhatikan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan, termasuk faktor-faktor seperti kenyamanan, kecepatan, akurasi, dan kemudahan transaksi. Dengan memberikan layanan yang baik dan memuaskan, diharapkan masyarakat akan semakin percaya dan loyal terhadap maskapai penerbangan tersebut.

Kedua, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas juga penting. Transparansi dan akuntabilitas mempengaruhi integritas dan kepercayaan publik terhadap maskapai

penerbangan. Oleh karena itu, maskapai penerbangan perlu memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan mengenai kebijakan, harga, dan layanan yang mereka tawarkan. Selain itu, maskapai penerbangan juga perlu dapat dipertanggungjawabkan atas tindakan yang mereka lakukan, seperti ketepatan waktu, keselamatan, dan keamanan.

Strategi ketiga adalah membangun reputasi yang baik. Reputasi mempengaruhi kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan. Oleh karena itu, maskapai penerbangan perlu memperhatikan citra yang mereka bangun di mata masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik, menghargai hak-hak pelanggan, dan memberikan solusi yang tepat ketika terjadi masalah. Dengan membangun reputasi yang baik, diharapkan masyarakat akan semakin percaya dan loyal terhadap maskapai penerbangan.

Berdasarkan hasil analisis strategi di atas, dapat disimpulkan bahwa maskapai penerbangan perlu memperhatikan kualitas layanan, transparansi dan akuntabilitas, serta reputasi yang mereka bangun di mata masyarakat. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan maskapai penerbangan dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap layanan yang ditawarkan.

Hubungan Antara Komponen Kepercayaan Publik dan Strategi Peningkatan Kepercayaan Publik

Penelitian ini terdapat hubungan yang erat antara komponen kepercayaan publik dan strategi peningkatan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis, terdapat beberapa strategi yang dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan, seperti peningkatan kualitas layanan, transparansi informasi, serta keamanan dan keselamatan penerbangan. Pada komponen kepercayaan publik, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan, yaitu kompetensi, integritas, dan kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan.

Peningkatan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan, maka strategi-strategi yang dilakukan harus memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi komponen kepercayaan publik tersebut. Misalnya, peningkatan kualitas layanan yang dilakukan oleh maskapai penerbangan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan tersebut. Selain itu, transparansi informasi mengenai kebijakan dan regulasi yang diterapkan oleh maskapai penerbangan juga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara komponen kepercayaan publik dan strategi peningkatan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan di Indonesia. Strategi-strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan harus memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi komponen kepercayaan publik tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan di Indonesia masih perlu ditingkatkan. Hal ini didasarkan pada hasil analisis komponen kepercayaan publik yang menunjukkan bahwa kompetensi, integritas,

dan kepercayaan masih menjadi faktor yang memengaruhi kepercayaan publik masyarakat terhadap maskapai penerbangan.

Namun demikian, terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan, seperti peningkatan kualitas layanan, transparansi informasi, serta keamanan dan keselamatan penerbangan. Dalam peningkatan kepercayaan publik terhadap maskapai penerbangan, strategi-strategi yang dilakukan harus memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi komponen kepercayaan publik.

Dalam hal ini, maskapai penerbangan dapat melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan transparansi informasi, serta memperkuat citra dan integritas perusahaan. Selain itu, pemerintah juga dapat memberikan dukungan untuk meningkatkan keamanan dan keselamatan penerbangan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, C. D. (2023). Tanggung Jawab Maskapai Penerbangan Perintis Terhadap Kerugian atas Musnahnya Kargo Akibat Kecelakaan. *UNESLAW Review*, 5(3), 1057–1075.
- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9(4), 275. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>
- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>
- Hidayanti, A. A., Prathama, B. D., Wardah, S., Pendidikan, J., Agung, D., Mataram, K., Mataram, K., & Tenggara, N. (2021). Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Kualitas Produk, Pelayanan, Lokasi Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pada Pelanggan Rumah Nutrisi Herbalife Mataram. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1(2).
- Hidayani, N., Werdiasih, R. D., & Zamroni. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Maskapai Susi Air Cilacap. *Jurnal Ekonomi*, 10(2), 1–13.
- Joelio, G., Nugrah, L., & Saputra, M. (2022). Penerapan Metode Service Quality Dalam Analisis Persepsi Konsumen Pada Pelayanan Pemesanan Barang E-Commerce Di Universitas Prima Indonesia. *Jurnal Sitem Informasi Dan Ilmu Komputer Prima*, 5(2).
- Likuiditas, P., Independen, K., Institusional, K., & Ukuran, D. A. N. (2019). Pengaruh likuiditas, komisaris independen, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan terhadap. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 7(2), 119–127.

- Majid, N. (2020). Peran Reputasi Perusahaan dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Maskapai Penerbangan. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 66–72. <https://doi.org/10.47747/jismab.v1i2.51>
- Ode, W., Yunus, Y., Astutik, S. P., Udara, M. T., Tinggi, S., & Kedirgantaraan, T. (2022). Pengaruh Berita Kecelakaan Pesawat Terhadap Loyalitas Penumpang Lion Air di Bandar Udara Haluoleo Kendari. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 663–671.
- Purnia, D. S., Adiwisastro, M. F., Muhajir, H., & Supriadi, D. (2020). Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website. *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.31294/evolusi.v8i2.8942>
- Rahayu, P. (2022). Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2021), 124–139.
- Setiawan, A., Cahyo, D. H., Wicaksono, A., & Suprpto, Y. (2023). Customer Experience Analyzing the Comparison of Brand and Company Characteristics of Airlines Services. *International Journal of Social Science And Human Research*, 06(05), 3034–3046. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i5-68>
- Sukmaraga, O. Y., & Prayudhista, E. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4883–4893. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3035220&val=20674&title=Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3035220&val=20674&title=Pengaruh%20Brand%20Image%20dan%20Persepsi%20Harga%20Terhadap%20Minat%20Beli%20Konsumen%20pada%20Maskapai%20Lion%20Air%20di%20Bandar%20Udara%20Internasional%20Adi%20Soemarmo)
- Susanto, P. C., & Keke, Y. (2020). Implementasi Regulasi International Civil Aviation Organization (ICAO) pada Penerbangan Indonesia. *Aviasi: Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan*, 16(1), 53–65. <https://doi.org/10.52186/aviasi.v16i1.23>
- Yauwwarin, W., & Siwabessy, D. J. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Angkutan Udara Akibat Keterlambatan Penerbangan. *Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*, 4(2).