

**HUBUNGAN ANTARA *BRAND CHARACTERISTIC*
DAN *COMPANY CHARACTERISTIC* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR
DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA**

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Ahli Madya
(A.Md) pada Program Studi Diploma 3 Manajemen Transportasi Udara



**PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 MANAJEMEN TRANSPORTASI UDARA
POLITEKNIK PENERBANGAN SURABAYA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN ANTARA *BRAND CHARACTERISTIC* DAN *COMPANY CHARACTERISTIC* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA

Oleh :

Abi Ista Khalfani Khansa
NIT. 30622026

Disetujui untuk diujikan pada :
Surabaya, 21 Juli 2025

Pembimbing I : Dr. DIDI HARIYANTO, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19650118 199009 1 001

Pembimbing II : LINDA WINIASRI, S.Psi., M.Sc.
NIP. 19781028 200502 2 001



HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA *BRAND CHARACTERISTIC* DAN *COMPANY CHARACTERISTIC* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA

Oleh:

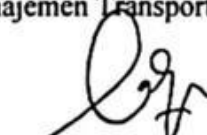
Abi Ista Khalfani Khansa
NIT. 30622026

Telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada Ujian Proyek Akhir
Program Pendidikan Diploma 3 Manajemen Transportasi Udara
Politeknik Penerbangan Surabaya
Pada tanggal: 21 Juli 2025

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. SETYO HARIYADI S. P., S.T., M.T.
NIP. 19790824 200912 1 001
2. Sekretaris : SITI JULIAHAH, S.S., M.Hum.
NIP. 19841228 201902 2 001
3. Anggota : Dr. DIDI HARIYANTO, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19650118 199009 1 001

Ketua Program Studi
D3 Manajemen Transportasi Udara


LADY SILK MOONLIGHT, S.Kom., M.T.
NIP. 19871109 200912 2 002

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA *BRAND CHARACTERISTIC* DAN *COMPANY CHARACTERISTIC* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA

Oleh:

Abi Ista Khalfani Khansa
NIT. 30622026

Perkembangan pesat teknologi dan kebutuhan mobilitas masyarakat mendorong industri transportasi udara untuk terus berinovasi dan meningkatkan pelayanan guna mempertahankan eksistensi dan loyalitas pelanggan. Sebagai salah satu maskapai yang melayani penerbangan di Bandara Internasional Yogyakarta, Lion Air tengah menghadapi tantangan dalam menjaga reputasi merek serta mempertahankan kepercayaan dari para pelanggannya. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *brand characteristic* serta *company characteristic* terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dijalankan dengan menerapkan pendekatan kuantitatif dan mengadopsi metode deskriptif evaluatif. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang merupakan penumpang rute Yogyakarta–Medan dan sebaliknya. Instrumen yang digunakan dirancang berdasarkan indikator yang mewakili *brand characteristic*, *company characteristic*, dan loyalitas pelanggan. Data dianalisis menggunakan skala Likert dan regresi linear berganda untuk melihat hubungan antarvariabel.

Hasil dari analisis regresi linear, ditemukan bahwa *brand characteristic* ada hubungan secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,514 dan tingkat signifikansi senilai 0,001 (di bawah 0,05). Di samping itu, *company* juga menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan koefisien senilai 0,473 dan signifikansi sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan loyalitas pelanggan dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 79%. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan karakteristik merek dan perusahaan secara berkelanjutan dapat memperkuat loyalitas pelanggan serta menciptakan hubungan jangka panjang antara maskapai dan konsumennya.

Kata kunci: *brand characteristic*, *company characteristic*, loyalitas pelanggan, maskapai Lion Air, transportasi udara

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAND CHARACTERISTICS AND COMPANY CHARACTERISTICS ON CUSTOMER LOYALTY OF LION AIR PASSENGERS AT YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT

By:

Abi Ista Khalfani Khansa
NIT. 30622026

The rapid advancement of technology and increasing public mobility demands have driven the air transportation industry to continuously innovate and improve its services in order to maintain its existence and customer loyalty. As one of the airlines operating at Yogyakarta International Airport, Lion Air is currently facing challenges in maintaining its brand reputation and sustaining customer trust. For that reason, this research seeks to analyze the influence of brand characteristics and company characteristics on the level of customer loyalty.

This research adopts a quantitative approach using a descriptive-evaluative method. The data were collected through the distribution of questionnaires to 50 respondents who were passengers on the Yogyakarta–Medan route and the return trip. The research instrument was designed based on indicators representing brand characteristics, company characteristics, and customer loyalty. The data were analyzed using a Likert scale approach and multiple linear regression to evaluate the relationship and impact among the variables.

The findings from the linear regression analysis reveal that brand characteristics have a statistically significant effect on customer loyalty, indicated by a coefficient of 0.514 and a significance value of 0.001 (which is less than 0.05). Furthermore, company characteristics also exhibit a meaningful relationship with customer loyalty, supported by a coefficient of 0.473 and a significance level of 0.000 (below 0.05). These two variables collectively explain customer loyalty with a coefficient of determination (R^2) of 79%. These findings confirm that consistently improving brand quality and company characteristics can strengthen long-term relationships between the airline and its customers.

Keywords: brand characteristic, company characteristic, customer loyalty, Lion Air, air transportation

PERNYATAAN KEASLIAN DAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

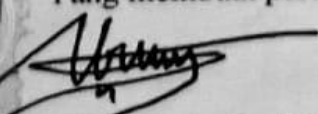
Nama : Abi Ista Khalfani Khansa
NIT : 30622026
Program Studi : D3 Manajemen Transportasi Udara
Judul Tugas Akhir : Hubungan antara *Brand Characteristic* dan *Company Characteristic* terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Penerbangan Lion Air di Bandar Udara Internasional Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Politeknik Penerbangan Surabaya maupun di Perguruan Tinggi lain, serta dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
2. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Politeknik Penerbangan Surabaya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Politeknik Penerbangan Surabaya berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Proyek Akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Penerbangan Surabaya.

Surabaya, 21 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Abi Ista Khalfani Khansa
NIT.30622026



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga Proposal Proyek Akhir yang berjudul *HUBUNGAN ANTARA BRAND CHARACTERISTIC DAN COMPANY CHARACTERISTIC TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA* ini dapat diselesaikan dengan baik.

Proyek Akhir ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada Program Studi Diploma 3 Manajemen Transportasi Udara di Politeknik Penerbangan Surabaya.

Penyusunan Proyek Akhir ini dapat berjalan dengan baik berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini disampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Bapak Rodli Ali Fikri dan Ibu Siti Mutmainah selaku kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan, baik moril maupun materil.
3. Bapak Ahmad Bahrawi, S.E., M.T., selaku Direktur Politeknik Penerbangan Surabaya.
4. Ibu Lady Silk Moonlight, S.Kom., M.T., selaku Ketua Program Studi Manajemen Transportasi Udara.
5. Bapak Dr. Didi Hariyanto, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing I saya yang senantiasa membimbing dan membantu dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
6. Ibu Linda Winiasri, S.Psi., M.Sc. selaku pembimbing II saya yang senantiasa membimbing dan membantu dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
7. Seluruh dosen, Instruktur, dan Pengasuh Politeknik Penerbangan Surabaya.
8. Rekan-rekan Diploma 3 Manajemen Transportasi Udara Angkatan VII.
9. Kepada diri saya sendiri Abi Ista Khalfani Khansa yang telah berjuang untuk menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Dengan penuh kesadaran akan keterbatasan yang ada, disampaikan bahwa Proyek Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menjadi bahan perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Surabaya, 21 Juli 2025



Abi Ista Khalfani Khansa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PERNYATAAN KEASLIAN DAN HAK CIPTA	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR SINGKATAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Hipotesis	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Teori Penunjang	8
2.1.1 Karakteristik Merek (<i>Brand Characteristic</i>).....	8
2.1.2 Karakteristik Perusahaan (<i>Company Characteristic</i>).....	9
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	10
2.2 Maskapai Penerbangan.....	12
2.2.1 Lion Air.....	13
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu	14
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Variabel Penelitian.....	21
3.3 Objek Penelitian.....	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4.1 Studi Pustaka	27
3.4.2 Observasi.....	27
3.4.3 Kuesioner	28
3.5 Instrument Penelitian.....	28
3.5.1 Skala Likert	29
3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda (<i>Multiples</i>).....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	34

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.7.1 Lokasi Penelitian	35
3.7.2 Waktu Penelitian	35
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Observasi.....	36
4.1.2 Kuesioner	36
4.1.3 Uji Validitas	48
4.1.4 Uji Reliabilitas.....	49
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda (<i>Multiples</i>).....	51
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Hubungan antara <i>Brand Characteristic</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	55
4.2.2 Hubungan antara <i>Company Characteristic</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	55
BAB 5 PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	A-1



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Contoh <i>review</i> 1	11
Gambar 2. 2 Contoh <i>review</i> 2	11
Gambar 2. 3 Contoh <i>review</i> 3	12
Gambar 2. 4 Contoh <i>review</i> 4	12
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	21
Gambar 3. 2 Variabel Penelitian	22
Gambar 4. 1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Characteristic</i>	50
Gambar 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Company Characteristic</i>	50
Gambar 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan	51
Gambar 4. 4 Model <i>Summary</i>	51
Gambar 4. 5 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	52
Gambar 4. 6 <i>Coefficients</i>	52



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Indikator Variabel X.....	23
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Y.....	24
Tabel 3. 3 Skala <i>Likert</i>	29
Tabel 3. 4 Tabel Persentase.....	31
Tabel 3. 5 Daftar Pernyataan.....	31
Tabel 3. 6 <i>Timeline</i> Penelitian.....	35
Tabel 4. 1 Data Kuesioner no. 1	37
Tabel 4. 2 Data Kuesioner no. 2	38
Tabel 4. 3 Data Kuesioner no. 3.....	39
Tabel 4. 4 Data Kuesioner no.4.....	40
Tabel 4. 5 Data Kuesioner no. 5.....	41
Tabel 4. 6 Data Kuesioner no. 6.....	42
Tabel 4. 7 Data kuesioner no. 7.....	43
Tabel 4. 8 Data Kuesioner no. 8.....	44
Tabel 4. 9 Data Kuesioner no. 9.....	45
Tabel 4. 10 Akumulasi Tanggapan Responden.....	46
Tabel 4. 11 Validitas Variabel <i>Brand Characteristic</i>	48
Tabel 4. 12 Validitas Variabel <i>Company Characteristic</i>	48
Tabel 4. 13 Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	49

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Nama	Pemakaian pertama kali pada halaman
KEP	Keputusan	13
OJT	<i>On The Job Training</i>	34
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Science</i>	33
US	<i>United States</i>	14
WIB	Waktu Indonesia Barat	23



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Formulir Kuesioner	A-1



DAFTAR PUSTAKA

- Afwan, A. (2020) 'Pengaruh Fasilitas Ats-Ro Dan Rdara Terhadap Pemberian Pelayanan Penerbangandi Perum Lppnpi Cabang Medan', *Pengaruh Fasilitas Ats-Ro Dan Rdara Terhadap Pemberian Pelayanan Penerbangandi Perum Lppnpi Cabang Medan*, 5, 7.
- Ambiyar and Muharika (2019) *Metodologi Penelitian Evaluasi Program*. ALFABETA.
- Arikunto, S. (2015) *Penelitian Tindakan Kelas*. Edited by Suryani. PT Bumi Aksara.
- ECC (2016) *Lion Air*, *ecc.co.id*. Available at: <https://ecc.co.id/company/site/view/1472>.
- Fauziyah, S. (2016) 'PENGARUH BRAND TRUST DAN BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH (Survey Konsumen Pada PT. Paragon Technology And Innovation Cabang Pekanbaru)', *Jom Fisip*, 3(2), 1–9.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 / Imam Ghozali*. 9th edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidah, N.S. and Hakim, R.J. (2023) 'Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686.
- Handayani, I., Dewanto, I.J. and Andriani, D. (2018) 'Pemanfaatan RinfoForm Sebagai Media Pengumpulan Data Kinerja Dosen', *Technomedia Journal*, 2(2), 14–28.
- Hau, R.R.H. and Sumarli (2021) 'Identifikasi Penerapan Teori Belajar Dalam Pembelajaran Fisika', *Jurnal Pendidikan Fisika dan Sains*, 3(1), pp. 1–8.
- Hutami, W. (2024) 'POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN', *Jurnal Public Relations Mercu Buana*, Query date, 3.
- Ilyas, P. (2015) *Sering Delay, Kenapa Tiket Lion Air Tetap Laris Manis?*, *Liputan6.com*. Available at: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2179045/sering-delay-kenapa-tiket-lion-air-tetap-laris-manis>.
- Iman, T. (2017) 'Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro di Kota Bandung', *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(2), 253–265.
- Irawan, M.R.N. (2020) 'Pengaruh Brand Characteristic, Company Characteristic and Consumer Brand Characteristic Terhadap Trust in a Brand Aqua Di Kecamatan Lamongan', *Jurnal Ekbis*, 21(1), 24.

- Jakmin (2023) *Top 7 Maskapai Penerbangan Indonesia, Jakpat*. Available at: <https://jakpat.net/info/top-7-maskapai-penerbangan-indonesia/#more-4259>.
- Keller, K. (2013) *Strategic Brand Management*. Fourth. Harlow: Pearson.
- Kotler, P. and Keller, K. (2016) *Marketing Management*. 15th Globa. Harlow: Pearson.
- Kristianto, H. and Junaedi, S. (2018) 'Peran Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Antara Karakteristik Merek Dengan Loyalitas Merek Produk Cinderamata Dagadu Djokdja', *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 8(1), 1–23.
- Kurniawan, H. (2021) *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lau G.T and Lee S.H (1999) 'Consumers ' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty', *Journal of Market Focused Management*, 4(1999), 341–370.
- Lion Air (2020). Available at: <https://www.lionair.co.id/en/about-us/our-story>.
- Makbul, M. (2021) 'Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian', *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Mardiah, A. (2013) 'PENGARUH BRAND CHARACTERISTIC DAN COMPANY CHARACTERISTIC TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PELANGGAN TAS SOPHIE MARTIN DI KOTA PEKANBARU', *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 4(1), 1–23.
- Muthiah, F. and Setiawan, B. (2019) 'Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic, dan Emotional Branding terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(2), 259–267.
- Priadana, S. and Sunarsi, D. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Pristiyono, P. (2019) 'Pengaruh Proses Pemberian Kredit Terhadap Minat Nasabah Pada Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Kantor Cabang Komplek Tasbi Medan', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 2(2), 84–92.
- Pujihastuti, I. (2010) 'Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian', *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.
- Purwanto, A.B. and Widodo, U. (2019) 'Pengaruh Brand Image Dan Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Value Product Sebagai Moderating (Studi Pada Umkm Bandeng Presto Di Kota Semarang)', *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 14(1), 170–185.
- Rahmawati, W. et al. (2023) 'METODE PENDIDIKAN DALAM AL-QUR'AN', *Jurnal Multi Disiplin Indonesia JMI*, 2(6), 1–7.

- Ruru, Y. (2019) 'PELATIHAN PENGOLAHAN DATA STATISTIK DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI SPSS BAGI GURU-GURU SMP UNTUK MENUNJANG', 3(3), 96–99.
- Santoso, S. (2000) *Buku latihan SPSS statistik parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiono, M.A. and Riwinoto (2015) 'Analisa Pengaruh Visual Efek Terhadap Minat Responden Film Pendek Eyes For Eyes pada Bagian Pengenalan Cerita (Part 1) dengan Metode Skala Likert', *Jurnal Komputer Terapan*, 1(2), 29–36.
- Siregar, S. (2013) *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS*. Pertama. Jakarta: KENCANA.
- Siyoto, S. and Sodik, A. (2015) *Dasar Metodologi Penelitian*. Edited by Ayup. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Supriyono, S. *et al.* (2022) 'Urgensi Perlindungan Hak Kesehatan Penumpang Pesawat Udara Di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Komunitas Yustisia*, 5(1), 300–311.
- Surahman, E., Satrio, A. and Sofyan, H. (2020) 'Kajian Teori Dalam Penelitian', *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 3(1), 49–58.
- Susanti, A. (2018) *VISI, MISI, DAN SEJARAH BERDIRINYA PT. LION AIR*. Available at: https://anisusanti1982.blogspot.com/2018/03/visi-misi-dan-sejarah-berdirinya-pt_11.html.
- Susilowati, T. and Saputra, A.P. (2021) 'Peranan unit lost and found dalam penanganan bagasi yang bermasalah pada maskapai citilink indonesia di bandara halim perdanakusuma', *Jurnal Mitra Manajemen*, 12(1), 39–44.
- Tim detik Finance (2023) *7 Penyebab Pesawat Lion Air Sering Telat Terbang*, *detikSulsel*. Available at: <https://www.detik.com/sulsel/bisnis/d-6768918/7-penyebab-pesawat-lion-air-sering-telat-terbang>.
- Ulfa, M.S. and Nasryah, C.E. (2020) 'Pengembangan Media Pembelajaran Pop – Up Book Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas IV SD', *Edunesia : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(1), 10–16.
- Wijoyo, H. (2022) 'Analisis teknik wawancara (pengertian wawancara, bentuk-bentuk pertanyaan wawancara) dalam penelitian kualitatif bagi mahasiswa teologi dengan tema pekabaran injil melalui penerjemahan alkitab', *Academia.Edu*, 1–10.