



DOI: <https://doi.org/10.38035/jimt.v8i1>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh *Service Orientation* dan *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction* Melalui *Airport Image* pada Penumpang Bandar Udara Soekarno-Hatta

Irma Yelly¹, Mustika Sari², Zaenal Abidin³

¹Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, irmayelly2a@gmail.com

²Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, mustika0017@gmail.com

³Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, abidin.zaenal103@gmail.com

Corresponding Author: irmayelly2a@gmail.com¹

Abstract: *The Effect of Service Orientation and Airport Service Quality on Passenger Satisfaction Mediated by Airport Image at Soekarno-Hatta Airport. This study used a quantitative descriptive approach with 281 respondents selected using a non-probability sampling method among airline passengers at Soekarno-Hatta Airport. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS 4 software. The results showed that Service Orientation, Airport Service Quality, and airport image had a positive and significant effect on passenger satisfaction. Service Orientation and Airport Service Quality had a positive and significant effect on airport image. Meanwhile, airport image mediated the effect of Service Orientation on passenger satisfaction, as well as the effect of Airport Service Quality on passenger satisfaction. This study provides practical implications for airport management to develop regular training policies on the attitudes and competencies of service personnel, implement facility development policies that prioritize efficiency and comfort, and establish service management policies based on the use of passenger feedback as a basis for evaluation.*

Keywords: *Service Orientation, Airport Service Quality, Passengers Satisfaction, airport image.*

Abstrak: Pengaruh *Service Orientation* dan *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction* melalui *Airport Image* pada Penumpang Bandar Udara Soekarno-Hatta. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif terhadap 281 responden yang ditentukan dengan teknik metode *non-probability sampling* terhadap penumpang maskapai di Bandar Udara Soekarno-Hatta. Analisis data dilakukan melalui metode *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Orientation*, *Airport Service Quality* serta *airport image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*. *Service Orientation* dan *Airport Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *airport image*. Sementara itu, *airport image* mampu memediasi pengaruh *Service Orientation* terhadap *Passengers Satisfaction*, serta pengaruh *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction*. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen bandar udara untuk menyusun kebijakan pelatihan secara

berkala terhadap sikap dan kompetensi petugas dalam memberikan pelayanan, menerapkan kebijakan pengembangan sarana dan fasilitas yang berorientasi pada efisiensi serta kenyamanan, serta menetapkan kebijakan pengelolaan pelayanan yang berbasis pada pemanfaatan umpan balik penumpang sebagai dasar evaluasi.

Kata kunci: Orientasi Layanan, Kualitas Layanan Bandara, Kepuasan Penumpang, citra bandara

PENDAHULUAN

Sektor transportasi udara merupakan salah satu bidang jasa yang paling dominan secara global, melalui Bandar Udara sebagai elemen penting dalam menunjang operasional penerbangan serta penyediaan infrastruktur bagi penerbangan domestik dan internasional. Mengingat peran strategis tersebut, penelitian mengenai kualitas layanan Bandar Udara yang berkaitan dengan kepuasan penumpang menjadi perhatian utama di Indonesia. *Service Orientation* dan *Airport Service Quality* sering dipandang sebagai faktor kunci dalam membentuk persepsi pengguna, dengan pengaruhnya terhadap *Passengers Satisfaction* serta *airport image* (Usman et al., 2023).

Bandar Udara berperan penting dalam membentuk kesan penumpang terhadap suatu negara, yang dapat menjadi pengalaman pertama dan terakhir dalam memengaruhi minat wisatawan untuk kembali. Selain sebagai jalur menuju destinasi lain, Bandar Udara dapat menghadirkan peluang wisata saat transit, sehingga penumpang merasa terhubung dengan negara tersebut. Pengalaman di Bandar Udara membuat penumpang mengaitkan fasilitas dan layanan dengan citra destinasi, menjadikannya bagian integral dari pengalaman wisata. Dengan pelayanan yang baik, Bandar Udara dapat meningkatkan persepsi positif wisatawan dan berfungsi sebagai alat promosi untuk menarik kunjungan ulang (Saut & Song, 2022).

Bandar Udara juga berperan sebagai pusat layanan dan komersial yang melayani berbagai pemangku kepentingan, termasuk penumpang, maskapai, staf, instansi pemerintah, dan masyarakat sekitar. Selain itu, Bandar Udara juga menjadi destinasi belanja dan hiburan dengan produk bebas pajak, makanan, minuman, dan layanan lainnya. Beberapa Bandar Udara, seperti Bandar Udara Internasional Hong Kong, dikenal sebagai tempat rekreasi dan objek wisata di mana penumpang dapat bersantai sebelum keberangkatan, setelah tiba, maupun saat transit (Saut & Song, 2022).

Bandar Udara Soekarno-Hatta menjadi salah satu simbol transportasi udara utama di Indonesia. Kondisi ini tercermin dari tingginya pergerakan penumpang yang terus mengalami pertumbuhan. Meningkatnya aktivitas penerbangan tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan perjalanan yang semakin beragam, baik untuk kepentingan ekonomi, pendidikan, maupun sosial, sehingga Bandar Udara ini memiliki peran strategis dalam mendukung konektivitas antarwilayah.

Berdasarkan data pergerakan penumpang domestik, dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan penumpang domestik setiap tahun mulai dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2024 di Bandar Udara Soekarno-Hatta. Kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2022 dengan jumlah penumpang sebesar 33.491.452 penumpang, dimana jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 89,77% dibandingkan dengan tahun 2021. Hal tersebut dipengaruhi oleh meredanya pandemi serta pelonggaran kebijakan pembatasan perjalanan, sehingga aktivitas penerbangan domestik kembali meningkat secara signifikan.

Seiring dengan membaiknya kondisi pergerakan penumpang domestik, arus penumpang internasional di Bandar Udara Soekarno-Hatta turut mengalami peningkatan. Jumlah penumpang internasional terus bertambah sejalan dengan dibukanya kembali rute penerbangan internasional dan pelonggaran aturan perjalanan lintas negara.

Berdasarkan data pergerakan penumpang internasional di Bandar Udara Soekarno-Hatta pada periode 2020 hingga 2024, terlihat adanya penurunan yang signifikan pada tahun 2021, yaitu sebesar 59,46% dengan total penumpang hanya mencapai 1.244.260 dibandingkan tahun 2020. Penurunan ini terjadi akibat pandemi global yang menyebabkan terganggunya operasional Bandar Udara, sejalan dengan kebijakan pembatasan aktivitas yang diterapkan pemerintah. Namun, setelah kondisi mulai stabil, jumlah penumpang internasional kembali meningkat secara konsisten. Pada tahun 2022, jumlah penumpang mencapai 7.082.064, meningkat pesat pasca puncak pandemi. Tren peningkatan ini berlanjut pada tahun 2023 total penumpang 13.342.703, dan pada tahun 2024 kembali meningkat menjadi sebesar 16.553.955 penumpang dibandingkan tahun sebelumnya.

Kenaikan yang berkelanjutan ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap penerbangan internasional semakin meningkat setelah masa pandemi, seiring dibukanya kembali rute-rute internasional dan pelonggaran kebijakan perjalanan lintas negara. Peningkatan jumlah penumpang domestik dan internasional menunjukkan bahwa Bandar Udara Soekarno-Hatta berperan penting sebagai pusat transportasi udara utama di Indonesia, yang mampu mengakomodasi mobilitas masyarakat dan mendukung konektivitas nasional maupun internasional.

Sebagai fasilitas pelayanan publik, Bandar Udara juga diharapkan mampu beroperasi secara mandiri dan memberikan layanan yang efisien serta berkualitas tinggi kepada beragam pengguna. Persepsi penumpang terhadap kualitas layanan umumnya berkaitan dengan efisiensi proses, waktu tunggu yang relatif singkat, serta sikap positif dan profesional dari petugas layanan di area operasional (Usman et al., 2023). Selain itu, ketersediaan fasilitas pendukung yang memadai, kejelasan informasi, serta kenyamanan lingkungan Bandar Udara juga turut berperan dalam membentuk pengalaman dan tingkat kepuasan penumpang secara keseluruhan (Halpern & Mwesiumo, 2021).

Untuk mendukung pengembangan layanan Bandar Udara yang efektif, penting untuk memahami kualitas layanan yang diharapkan pelanggan, termasuk penyampaian, standarisasi, dan infrastruktur. Pengembangan dan penyempurnaan layanan Bandar Udara yang berkelanjutan memungkinkan industri penerbangan untuk menanggapi perubahan permintaan konsumen. Hal tersebut karena pariwisata merupakan industri terkemuka, sehingga sangat penting untuk menyelaraskan pengembangan infrastruktur dengan inisiatif pertumbuhan berkelanjutan agar dapat mendukung upaya Bandar Udara untuk menjadi pusat penerbangan terkemuka (Chonsalasin et al., 2021).

Service Orientation dan *Airport Service Quality* dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif yang penting bagi banyak Bandar Udara dan destinasi wisata, menganggapnya sebagai faktor penting dalam membentuk kesan pertama dan terakhir tentang kualitas di destinasi tersebut. Penerapan layanan yang berorientasi pada penumpang serta kualitas pelayanan Bandar Udara yang optimal mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan, sekaligus memperkuat citra Bandar Udara. Dengan demikian, Bandar Udara tidak hanya berfungsi sebagai prasarana transportasi, tetapi juga menjadi bagian penting dari pengalaman perjalanan yang berpengaruh terhadap penilaian wisatawan (Curcic & Grubor, 2023).

Airport Service Quality tidak dapat dipahami sebagai satu dimensi tunggal, melainkan sebagai kombinasi dari berbagai unsur yang saling terkait, mulai dari ketersediaan dan kondisi fasilitas fisik hingga kualitas interaksi antara petugas Bandar Udara dan penumpang yang mencerminkan jaminan layanan serta empati. Pemahaman yang komprehensif terhadap unsur-unsur tersebut menjadi sangat penting bagi calon tenaga profesional di bidang penerbangan, mengingat Bandar Udara berfungsi sebagai titik awal dan akhir dalam sistem transportasi udara (Halpern & Mwesiumo, 2021). Di sisi lain, tingkat kepuasan penumpang mencerminkan keberhasilan penyelenggaraan layanan dan dipengaruhi oleh beragam faktor, seperti kelancaran proses *check-in*, standar keamanan, kenyamanan fasilitas, serta sikap dan keramahan petugas. Oleh karena itu, penguasaan konsep *Airport Service Quality* dan *Passengers Satisfaction* tidak

cukup jika hanya disampaikan melalui metode pembelajaran konvensional, melainkan perlu dikembangkan melalui pendekatan yang bersifat interaktif dan berbasis pada studi kasus nyata agar pemahaman menjadi lebih aplikatif (Nur et al., 2025).

Fungsi Bandar Udara sebagai entitas bisnis adalah berkompetisi secara intensif dalam menarik penumpang di berbagai tingkat, serta di tengah perubahan cepat yang dipicu oleh perkembangan teknologi dan pergeseran perilaku penumpang. Seiring meningkatnya pilihan Bandar Udara dan moda transportasi bagi penumpang, pihak pengelola Bandar Udara dan regulator semakin fokus pada perencanaan dan penerapan program pemantauan kualitas layanan. Hal ini disebabkan oleh peran pengalaman dan kepuasan penumpang yang semakin menentukan dalam proses pengambilan keputusan, termasuk kecenderungan penumpang untuk beralih ke pilihan lain ketika tingkat kepuasan tidak terpenuhi (Curcic & Grubor, 2023).

Hasil survei kepuasan penumpang yang dilakukan oleh Angkasa Pura Indonesia menunjukkan bahwa beberapa aspek layanan di Bandar Udara Soekarno-Hatta masih memiliki nilai di bawah 4,74. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek-aspek tersebut belum memenuhi standar kepuasan penumpang dan memerlukan upaya perbaikan. Atribut yang perlu ditingkatkan meliputi kecepatan pengambilan bagasi, fasilitas *charging station*, media hiburan, AC ruang tunggu, layanan ATM/bank/*money changer*, sikap petugas bea cukai dan imigrasi, waktu antrian di bea cukai dan imigrasi, serta proses *check-in*. Nilai yang belum memadai ini mencerminkan adanya ketidakpuasan penumpang, sehingga pengelola Bandar Udara perlu merumuskan langkah-langkah perbaikan agar kualitas layanan semakin optimal.

Dalam survei tersebut, Angkasa Pura Indonesia menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan skala 1–5, di mana skor tertinggi 5 menunjukkan layanan yang sangat baik. Layanan yang mendekati skor maksimal ini menandakan tingkat kepuasan penumpang yang tinggi. Dengan demikian, CSI berperan sebagai indikator utama dalam mengevaluasi kualitas pelayanan serta menentukan aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan agar pengalaman penumpang di Bandar Udara Soekarno-Hatta semakin memuaskan.

Passengers Satisfaction dan persepsi nilai yang diterima penumpang memiliki peran penting dalam membentuk *airport image* serta perkembangan pasar. Bandar Udara tidak lagi hanya berfungsi sebagai simpul transportasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang yang menyediakan aktivitas komersial, rekreasi, dan fasilitas selama perjalanan maupun transit. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi penumpang mengenai kualitas layanan menjadi penting bagi pengelola Bandar Udara, terutama karena pengalaman penumpang di Bandar Udara dapat memengaruhi persepsi terhadap destinasi dan mendukung perkembangan sektor pariwisata (Bae & Chi, 2022).

Airport Service Quality, *Passengers Satisfaction*, dan *airport image* merupakan aspek yang saling berkaitan dalam menciptakan pengalaman perjalanan yang positif. Kualitas fasilitas, efektivitas operasional, kenyamanan, serta kualitas interaksi pelayanan menjadi bagian penting dalam membentuk kepuasan penumpang. Pengalaman pelayanan yang baik juga dapat menjadi indikator efektivitas pengelolaan Bandar Udara, sehingga peningkatan kualitas layanan perlu diarahkan pada pemenuhan kebutuhan dan harapan penumpang secara menyeluruh (Usman et al., 2023). Dalam konteks pariwisata, pengalaman positif yang diperoleh sejak berada di Bandar Udara juga dapat membentuk persepsi awal penumpang terhadap destinasi yang dikunjungi.

Penelitian Usman et al., (2023). menunjukkan bahwa *Service Orientation* dan *Airport Service Quality* memiliki hubungan dengan *Passengers Satisfaction* serta *airport image*. Orientasi pelayanan yang menempatkan kebutuhan dan harapan penumpang sebagai fokus utama dapat membantu mengurangi kesenjangan antara ekspektasi dan pengalaman aktual. Selain itu, kualitas layanan yang baik tidak hanya memberikan manfaat terhadap kepuasan penumpang, tetapi juga dapat mendukung terbentuknya citra positif Bandar Udara. Hal ini sejalan dengan (Saut & song, 2022) yang menunjukkan pentingnya kualitas layanan dalam

meningkatkan citra positif, serta (Shah et al., 2020) yang menekankan pentingnya perspektif pelanggan dalam memahami kebutuhan dan harapan pengguna jasa.

Sejumlah penelitian terdahulu juga menunjukkan berbagai aspek yang perlu diperhatikan dalam peningkatan kualitas layanan Bandar Udara. Plugge & Bouwman (2025) menjelaskan bahwa organisasi perlu menyesuaikan proses bisnis, tata kelola, sistem informasi, dan berbagi pengetahuan secara berkelanjutan dalam mendukung strategi berorientasi layanan. Sementara itu, Bae & Chi (2022) menunjukkan pentingnya kebersihan fasilitas, rambu-rambu, kesopanan staf, keamanan, sistem antrean, layanan petugas, kondisi terminal, ketepatan waktu, dan layanan keimigrasian dalam membentuk pengalaman penumpang. Meskipun demikian, kajian terdahulu masih menunjukkan ruang untuk mengkaji secara lebih terintegrasi hubungan *Service Orientation*, *Airport Service Quality*, *airport image*, dan *Passengers Satisfaction* pada konteks transportasi udara.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *Service Orientation* dan *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction* dengan *airport image* sebagai variabel mediasi pada penumpang domestik maupun internasional di Bandar Udara Soekarno-Hatta (Bakir et al., 2022).. **Novelty** penelitian terletak pada konteks objek penelitian di Bandar Udara Soekarno-Hatta serta pengujian peran mediasi *airport image* dalam hubungan antara orientasi pelayanan dan kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai mekanisme terbentuknya kepuasan penumpang sekaligus memberikan masukan bagi pengelola Bandar Udara dalam meningkatkan kualitas layanan dan membangun citra positif secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris melalui pengumpulan dan analisis data secara statistik. Tahapan penelitian diawali dengan studi pendahuluan melalui studi lapangan dan studi pustaka untuk mengidentifikasi permasalahan, menyusun latar belakang, merumuskan tujuan penelitian, serta menentukan variabel dan indikator penelitian. Selanjutnya dilakukan pengumpulan data yang terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner terstruktur menggunakan Google Form, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen, laporan, publikasi, buku, dan jurnal penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian dilaksanakan di Bandar Udara Soekarno-Hatta, dengan responden berupa penumpang domestik maupun internasional yang menggunakan fasilitas terminal

Populasi penelitian adalah penumpang domestik dan internasional yang melakukan perjalanan melalui Bandar Udara Soekarno-Hatta. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan judgemental sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria responden meliputi: berusia minimal 17 tahun; merupakan penumpang domestik atau internasional yang melakukan keberangkatan atau kedatangan melalui Bandar Udara Soekarno-Hatta dalam enam bulan terakhir; serta memiliki waktu minimal satu jam selama berada di area terminal sehingga memiliki kesempatan untuk menggunakan dan mengevaluasi fasilitas serta layanan Bandar Udara. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 234 responden, yang diperoleh berdasarkan jumlah 39 indikator dikalikan dengan faktor enam, sehingga $n = 39 \times 6 = 234$. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral/Ragu-Ragu, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan untuk mendukung landasan teori dan pembahasan penelitian.

Variabel penelitian terdiri atas dua variabel independen, yaitu *Service Orientation* (X1) dan *Airport Service Quality* (X2), satu variabel mediasi yaitu *Airport Image* (Z), serta satu

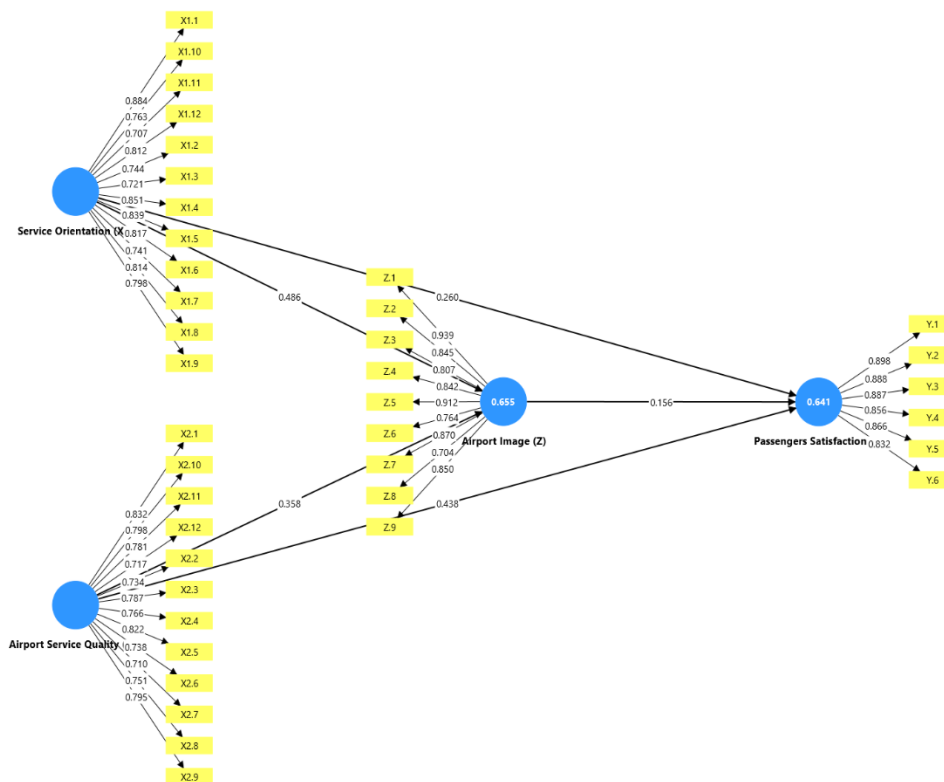
variabel dependen yaitu *Passengers Satisfaction* (Y). Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS. Analisis meliputi statistik deskriptif, evaluasi *outer model* melalui *convergent validity*, *discriminant validity*, dan reliabilitas, serta evaluasi *inner model* melalui R^2 , Q^2 , f^2 , dan ukuran kecocokan model seperti SRMR. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 *subsamples* pada tingkat signifikansi 5%, dengan kriteria signifikansi berdasarkan *t-statistic* $> 1,96$ atau *p-value* $< 0,05$. Pengujian mediasi dilakukan melalui *specific indirect effect* dan *confidence interval* 95% untuk mengetahui peran *Airport Image* dalam hubungan antara *Service Orientation* dan *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Analisis Estimasi Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis *outer model* (estimasi model pengukuran) dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas untuk *outer model* pada *software* SmartPLS 4 meliputi *convergent validity* dan *discriminant validity*, sementara pengujian reliabilitas meliputi hasil *cronbach alpha* dan *composite reliability*.



Gambar 1 Analisis Koefisien Jalur (*Outer Model*)

Hasil Pengujian Validitas - *Convergent Validity*

Berdasarkan hasil seluruh indikator pada variabel penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang lebih dari 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap variabel juga berada di atas 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel dan indikator telah memenuhi standar validitas yang ditetapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dan indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid serta layak digunakan untuk merepresentasikan konstruk yang diteliti secara akurat dan dapat dipercaya.

Hasil Pengujian Validitas - *Discriminant Validity*

Tabel 1 Hasil Pengujian *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

Variabel	<i>Airport Image</i> (Z)	<i>Airport Service Quality</i> (X2)	<i>Passengers Satisfaction</i> (Y)	<i>Service Orientation</i> (X1)
<i>Airport Service Quality</i> (X2)	0.803			
<i>Passengers Satisfaction</i> (Y)	0.735	0.822		
<i>Service Orientation</i> (X1)	0.823	0.881	0.788	

Hasil pengujian *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai HTMT di bawah 0,90.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Adapun hasil pengujian reliabilitas berdasarkan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang diperoleh dari pengolahan data menggunakan *software* SmartPLS 4 disajikan sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
<i>Service Orientation</i> (X1)	0.946	0.949
<i>Airport Service Quality</i> (X2)	0.937	0.939
<i>Passengers Satisfaction</i> (Y)	0.936	0.938
<i>Airport Image</i> (Z)	0.947	0.947

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel2 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* memperoleh nilai yang sangat baik, karena seluruh variabel laten memiliki nilai di atas 0,70.

Hasil Analisis Estimasi Model Struktural (Inner Model)

Hasil Pengujian *R-Square* (R^2)

Hasil dari pengujian dari nilai *R-square* (R^2) dan *adjusted R-square* berdasarkan hasil pengolahan data dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Nilai *R-square* (R^2)

Variabel	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Airport Image</i> (Z)	0.655	0.653
<i>Passengers Satisfaction</i> (Y)	0.641	0.637

Tabel 3 menunjukkan hasil dari pengujian *R-square* (R^2) untuk variabel *airport image* (Z) sebesar 0,655 dengan *R-square adjusted* sebesar 0,653. Hal tersebut menunjukkan bahwa variasi dari variabel eksogen (*independen*) dan variabel endogen (*dependen*) dalam model penelitian ini hanya mampu mempengaruhi variabel *airport image* (Z) sebesar 65,5%. Sementara sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh variabel eksogen lainnya yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini. Selanjutnya, hasil dari pengujian *R-square* (R^2) untuk variabel *Passengers Satisfaction* (Y) sebesar 0,641 dengan *R-square adjusted* sebesar 0,637. Hal tersebut menunjukkan bahwa variasi dari variabel eksogen (*independen*) dan variabel mediasi dalam model penelitian ini hanya mampu mempengaruhi variabel *Passengers*

Satisfaction (Y) sebesar 64,1%. Sementara sisanya sebesar 35,9% dipengaruhi oleh variabel eksogen dan variabel mediasi lainnya yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

Hasil Pengujian *Q-Square* (Q^2)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan *software* SmartPLS 4, diperoleh nilai *Q-square* (Q^2) sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Nilai *Q-square* (Q^2)

Variabel	$Q^2_{predict}$	RMSE	MAE
<i>Airport Image</i> (Z)	0.653	0.597	0.455
<i>Passengers Satisfaction</i> (Y)	0.627	0.616	0.458

Tabel 4. memperlihatkan hasil pengujian *Q-square* (Q^2), di mana variabel *airport image* (Z) memperoleh nilai 0,653 dan variabel *Passengers Satisfaction* (Y) sebesar 0,627. Nilai ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang baik dalam menjelaskan variabel-variabel endogen yang diteliti. Perbedaan nilai di antara kedua variabel juga relatif kecil, sehingga dapat dikatakan bahwa kemampuan prediksi model bersifat konsisten pada masing-masing variabel. Selain itu, nilai Q^2 Predict pada kedua variabel yang melebihi 0,50 mengindikasikan adanya relevansi prediktif yang tinggi. Hal ini berarti model mampu memberikan hasil prediksi yang akurat terhadap data yang tidak digunakan dalam proses estimasi. Dengan demikian, model penelitian ini dinilai memiliki kualitas prediksi yang baik dalam menjelaskan variabel *airport image* dan *Passengers Satisfaction*.

Hasil Pengujian *F-Square* (F^2)

Uji *F-square* (F^2) dalam PLS-SEM digunakan untuk menilai besarnya kontribusi masing-masing variabel laten terhadap variabel dependen dalam model penelitian.

Tabel 5. Hasil Nilai *F-square* (F^2)

Variabel	<i>Airport Image</i> (Z)	<i>Passengers Satisfaction</i> (Y)
<i>Airport Image</i> (Z)		0.023
<i>Airport Service Quality</i> (X2)	0.114	0.146
<i>Service Orientation</i> (X1)	0.209	0.047

Tabel 5 menunjukkan hasil uji *F-square* yang memperlihatkan bahwa pengaruh *airport image* terhadap *Passengers Satisfaction* sebesar 0,023, sehingga termasuk dalam kategori pengaruh kecil karena berada di bawah 0,15. Selanjutnya, *Airport Service Quality* terhadap *airport image* memiliki nilai 0,114 yang juga masih di bawah ambang batas 0,15, sehingga tergolong pengaruh kecil. Selain itu, *Service Orientation* terhadap *Passengers Satisfaction* memperoleh nilai 0,047 yang juga menunjukkan pengaruh kecil. Sementara itu, *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction* memiliki nilai 0,146 yang masih di bawah 0,15 sehingga tetap dikategorikan sebagai pengaruh kecil meskipun mendekati batas. Berbeda dengan itu, *Service Orientation* terhadap *airport image* menunjukkan nilai 0,209 yang sudah melebihi 0,15 sehingga termasuk dalam kategori pengaruh kuat.

Hasil Pengujian *Model Fit* (SRMR)

Goodness of Fit merupakan tahapan evaluasi yang bertujuan menilai sejauh mana model yang dibangun dapat merepresentasikan data empiris secara akurat.

Tabel 6 Hasil Nilai SRMR

Nilai	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0.071	0.071

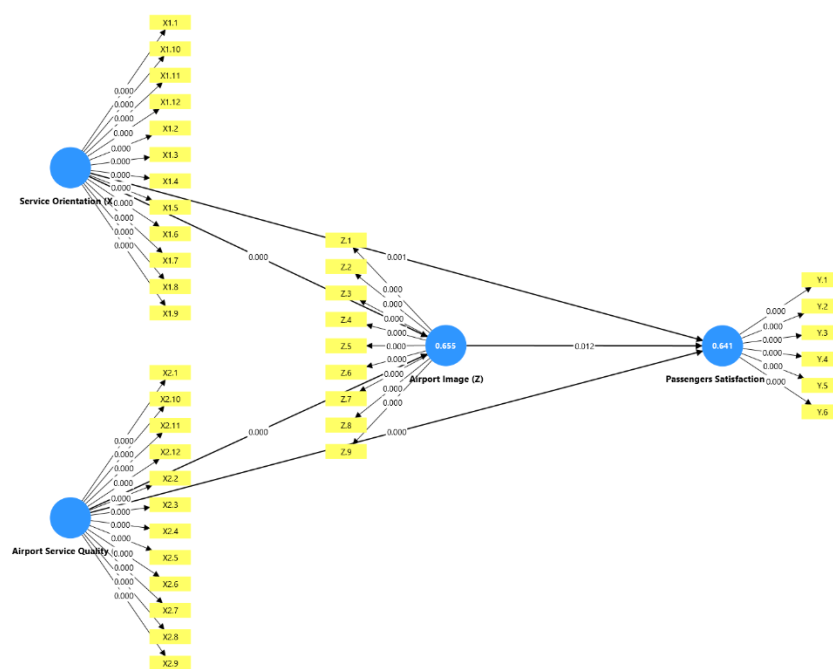
Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) pada model penelitian ini sebesar 0,071. Nilai tersebut menandakan bahwa model memiliki tingkat kecocokan yang baik (*fit*) karena berada di bawah ambang batas 0,08. Hal ini menunjukkan bahwa selisih antara korelasi data empiris dan korelasi hasil prediksi model relatif kecil, sehingga model dinilai cukup tepat dalam merepresentasikan fenomena yang diteliti.

Hasil Pengujian Hipotesis

Nilai signifikansi pada hipotesis dapat diperoleh dengan prosedur *bootstrapping* dari *software* SmartPLS 4. Hasil dari pengujian hipotesis berdasarkan hasil pengolahan data adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis Penelitian	<i>Original sample</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>
H ₁ = <i>Service Orientation</i> (X1) berpengaruh signifikan terhadap <i>Passengers Satisfaction</i> (Y)	0.260	3.196	0.001
H ₂ = <i>Airport Service Quality</i> (X2) berpengaruh signifikan terhadap <i>Passengers Satisfaction</i> (Y)	0.438	5.292	0.000
H ₃ = <i>Service Orientation</i> (X1) berpengaruh signifikan terhadap <i>Airport Image</i> (Z)	0.486	7.172	0.000
H ₄ = <i>Airport Service Quality</i> (X2) berpengaruh signifikan terhadap <i>Airport Image</i> (Z)	0.358	5.218	0.000
H ₅ = <i>Airport Image</i> (Z) berpengaruh signifikan terhadap <i>Passengers Satisfaction</i> (Y)	0.156	2.516	0.012
H ₆ = <i>Service Orientation</i> (X1) berpengaruh signifikan terhadap <i>Passengers Satisfaction</i> (Y) dimediasi oleh <i>Airport Image</i> (Z)	0.076	2.371	0.018
H ₇ = <i>Airport Service Quality</i> (X2) berpengaruh signifikan terhadap <i>Passengers Satisfaction</i> (Y) dimediasi oleh <i>Airport Image</i> (Z)	0.056	2.158	0.031


Gambar 2 Analisis Koefisien Jalur (*Inner Model*)

Pembahasan

Pengaruh *Service Orientation* terhadap *Passengers Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*. Orientasi pelayanan memiliki kontribusi positif terhadap kepuasan penumpang karena kualitas pelayanan yang diberikan petugas dapat membentuk pengalaman positif selama perjalanan. Sikap yang ramah, responsif, dan sigap dalam membantu kebutuhan penumpang di Bandar Udara Soekarno-Hatta membuat pengguna jasa merasa nyaman dan diperhatikan. Kondisi tersebut secara langsung dapat meningkatkan tingkat kepuasan penumpang terhadap layanan Bandar Udara. Hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Situmeang (2024), Putri et al. (2025), Gonu et al. (2023) serta Usman et al. (2023) yang telah meneliti pengaruh *Service Orientation* terhadap *Passengers Satisfaction*, selanjutnya penelitian-penelitian tersebut menemukan hasil bahwa *Service Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*.

Pengaruh *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Airport Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*. Hal ini disebabkan kualitas layanan Bandar Udara menjadi faktor utama yang dirasakan penumpang ketika menggunakan fasilitas Bandar Udara. Kebersihan area terminal, kenyamanan ruang tunggu, kelancaran proses pelayanan, serta ketersediaan fasilitas pendukung menjadi aspek penting dalam memenuhi harapan penumpang di Bandar Udara Soekarno-Hatta. Hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Situmeang (2024), Putri et al. (2025), Gonu et al. (2023), Usman et al. (2023), Nur et al. (2025), Shah et al. (2020), Curcic & Grubor (2023) serta Saut & Song (2022) yang telah meneliti pengaruh *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction*, selanjutnya penelitian-penelitian tersebut menemukan hasil bahwa *Airport Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*. Namun demikian, hasil yang bertolak belakang ditunjukkan oleh penelitian Bakir et al. (2022) yang mengungkapkan bahwa *Airport Service Quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*.

Pengaruh *Service Orientation* terhadap *airport image*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *airport image*. Orientasi pelayanan berpengaruh terhadap citra Bandar Udara karena perilaku petugas mencerminkan kualitas pelayanan organisasi secara keseluruhan. Pelayanan yang sopan, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan akan menciptakan persepsi positif terhadap Bandar Udara Soekarno-Hatta. Dengan demikian, interaksi pelayanan yang baik dapat memperkuat citra bandara di mata penumpang. Hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Xia & Ha (2021), Alfansi et al. (2022), serta Usman et al. (2023) yang telah meneliti pengaruh *Service Orientation* terhadap *airport image*, selanjutnya penelitian-penelitian tersebut menemukan hasil bahwa *Service Orientation* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *airport image*.

Pengaruh *Airport Service Quality* terhadap *airport Image*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Airport Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *airport Image*. Kualitas layanan Bandar Udara memengaruhi citra Bandar Udara karena fasilitas dan sistem operasional yang baik mampu memberikan kesan positif kepada pengguna jasa. Penggunaan teknologi modern, fasilitas yang memadai, serta pelayanan yang terintegrasi di Bandar Udara Soekarno-Hatta menunjukkan standar pelayanan yang tinggi. Hal tersebut menjadikan Bandar Udara dipandang sebagai Bandar Udara yang modern

dan berkualitas. Hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mainardes et al. (2021), Nghiêm-Phú & Suter (2018), serta Usman et al. (2023) yang telah meneliti pengaruh *Airport Service Quality* terhadap *airport image*, selanjutnya penelitian-penelitian tersebut menemukan hasil bahwa *Airport Service Quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *airport image*. Namun demikian, hasil yang bertolak belakang ditunjukkan oleh penelitian Saut & Song (2022) yang mengungkapkan bahwa *Airport Service Quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *airport image*.

Pengaruh *airport image* terhadap *Passengers Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *airport image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*. Citra Bandar Udara yang positif dapat memengaruhi kepuasan penumpang karena reputasi yang baik menimbulkan rasa percaya dan kenyamanan terhadap suatu layanan. Bandar Udara Soekarno-Hatta yang dikenal sebagai salah satu Bandar Udara utama di Indonesia memberikan keyakinan kepada penumpang bahwa penumpang akan memperoleh pelayanan yang baik. Persepsi positif tersebut pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan penumpang. Hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Usman et al. (2023), Saut & Song (2022), serta Soemanto & Permana (2023) yang telah meneliti pengaruh *airport image* terhadap *Passengers Satisfaction*, selanjutnya penelitian-penelitian tersebut menemukan hasil bahwa *airport image* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*.

Pengaruh *Service Orientation* terhadap *Passengers Satisfaction* yang dimediasi oleh *airport image*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction* yang dimediasi oleh *airport image*. Pengaruh ini terjadi karena orientasi pelayanan yang baik mampu membentuk citra positif Bandar Udara sebelum akhirnya meningkatkan kepuasan penumpang. Sikap petugas yang ramah, profesional, dan tanggap terhadap kebutuhan pengguna jasa akan memperkuat persepsi positif terhadap Bandar Udara Soekarno-Hatta. Citra positif tersebut kemudian berperan dalam menciptakan kepuasan penumpang terhadap layanan Bandar Udara secara keseluruhan. Hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Usman et al. (2023) dan Xia & Ha (2021) yang telah meneliti pengaruh *airport image* dalam memediasi pengaruh *Service Orientation* dan *Passengers Satisfaction*, selanjutnya penelitian-penelitian tersebut menemukan hasil bahwa *airport image* berhasil memediasi pengaruh *Service Orientation* dan *Passengers Satisfaction*.

Pengaruh *Airport Service Quality* terhadap *Passengers Satisfaction* yang dimediasi oleh *airport image*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Airport Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction* yang dimediasi oleh *airport image*. Kualitas layanan Bandar Udara berpengaruh terhadap kepuasan penumpang melalui citra Bandar Udara yang terbentuk dari pengalaman pelayanan yang diterima. Fasilitas yang lengkap, sistem pelayanan yang efisien, dan operasional yang berjalan dengan baik di Bandar Udara Soekarno-Hatta akan memperkuat reputasi Bandar Udara di mata penumpang. Reputasi yang positif tersebut selanjutnya meningkatkan kepuasan penumpang terhadap pengalaman perjalanan menggunakan jasa transportasi udara. Hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Usman et al. (2023) yang telah meneliti pengaruh *airport image* dalam memediasi pengaruh *Airport Service Quality* dan *Passengers Satisfaction*, selanjutnya penelitian-penelitian tersebut menemukan hasil bahwa *airport image* berhasil memediasi pengaruh *Airport Service Quality* dan *Passengers Satisfaction*.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*, yang menunjukkan bahwa peningkatan orientasi pelayanan, etos kerja, keramahan, kemampuan responsif, dan perhatian staf terhadap kebutuhan penumpang dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa di Bandar Udara Soekarno-Hatta. Selain itu, *Airport Service Quality* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas fasilitas, keandalan pelayanan, kenyamanan lingkungan, efektivitas sistem operasional, serta kualitas interaksi yang diterima penumpang, maka semakin besar kemungkinan harapan dan kebutuhan penumpang terpenuhi sehingga meningkatkan kepuasan yang dirasakan selama menggunakan layanan Bandar Udara.

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa *Service Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Airport Image*, demikian pula *Airport Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Airport Image*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku pelayanan yang proaktif, responsif, profesional, dan solutif dari staf dapat membentuk persepsi positif penumpang terhadap identitas, kredibilitas, dan reputasi Bandar Udara Soekarno-Hatta. Di sisi lain, kualitas fasilitas dan efektivitas sistem pelayanan juga menjadi bagian penting dalam membentuk citra Bandar Udara sebagai penyedia layanan yang modern, terpercaya, dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna jasa. Selanjutnya, *Airport Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Passengers Satisfaction*, yang menunjukkan bahwa citra, kredibilitas, dan reputasi Bandar Udara yang dipersepsikan positif dapat memperkuat pengalaman psikologis penumpang dan meningkatkan tingkat kepuasan terhadap layanan yang diterima.

Selain pengaruh langsung, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Airport Image* mampu memediasi hubungan antara *Service Orientation* dan *Passengers Satisfaction*, serta memediasi hubungan antara *Airport Service Quality* dan *Passengers Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pelayanan staf tidak hanya berkontribusi secara langsung terhadap kepuasan penumpang, tetapi juga dapat meningkatkan kepuasan melalui terbentuknya citra Bandar Udara yang positif, kredibel, dan terpercaya. Demikian pula, kualitas fasilitas dan pelayanan Bandar Udara dapat memberikan kontribusi terhadap kepuasan penumpang melalui pembentukan citra yang baik di mata pengguna jasa. Dengan demikian, keberadaan *Airport Image* menjadi mekanisme perantara yang menghubungkan kualitas orientasi pelayanan dan kualitas layanan Bandar Udara dengan kepuasan penumpang.

REFERENSI

- Alfansi, L., Atmaja, F. T., & Saputra, F. E. (2022). The Impact of Service Orientation on Organizational Performance in Public Sectors : Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(5), 345–354. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no5.0345>
- Bae, W., & Chi, J. (2022). Content Analysis of Passengers ' Perceptions of Airport Service Quality : The Case of Honolulu International Airport. *Journal Risk and Financial Management*, 15(5).
- Bakir, M., Akan, S., Ozdemir, E., Nguyen, P., Tsai, J., & Pham, H. (2022). How to Achieve Passenger Satisfaction in the Airport? Findings from Regression Analysis and Necessary Condition Analysis Approaches through Online Airport Reviews. *Sustainability*, 14(2151).
- Chonsalasin, D., Jomnonkwao, S., & Ratanavaraha, V. (2021). International Journal of Transportation Measurement model of passengers ' expectations of airport service quality. *International Journal of Transportation Science and Technology*, 10(4), 342–352. <https://doi.org/10.1016/j.ijtst.2020.11.001>
- Curcic, N., & Grubor, A. (2023). NIŠ AIRPORT SERVICE QUALITY AND. *International Journal for Quality Research*, 17(4), 1207–1216.

- Gonu, E., Agyei, P. M., Richard, O. K., Asare-larbi, M., Gonu, E., Agyei, P. M., Richard, O. K., & Asare-larbi, M. (2023). Customer orientation , service quality and customer satisfaction interplay in the banking sector : An emerging market perspective customer satisfaction interplay in the banking sector : An emerging market perspective. *Cogent Business & Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2163797>
- Halpern, N., & Mwesiumo, D. (2021). Airport service quality and passenger satisfaction: The impact of service failure on the likelihood of promoting an airport online. *Research in Transportation Business and Management*, 41(September 2020), 100667. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2021.100667>
- Mainardes, E. W., Melo, R. F., & Moreira, N. C. (2021). Effects of airport service quality on the corporate image of airports. *Research in Transportation Business & Management*, 41(2). <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2021.100668>
- Nghiêm-Phú, B., & Suter, J. R. (2018). Airport image: An exploratory study of McCarran International Airport. *Journal of Air Transport Management*, 67(1), 72–84. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.11.011>
- Nur, M., Sabur, F., & Hasrul, M. R. (2025). Development of a Learning Model to Assess Service Quality and Airport Passenger Satisfaction at Aviation Polytechnic. *International Journal of Recent Educational Research*, 6(4), 976–986.
- Plugge, A., & Bouwman, H. (2025). The revitalization of service orientation : a business services model. *Emerald Group Holdings*, 27(8), 1–24. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-02-2020-0052>
- Putri, A. A., Nisa, P. C., Baskara, I., & Setiawan, U. (2025). Examining the Impact of Customer Orientation and Service Quality on Customer Satisfaction : The Mediating Role of Service Quality. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 3284–3292.
- Saut, M., & Song, V. (2022). Influences of airport service quality, satisfaction, and image on behavioral intention towards destination visit. *Urban, Planning and Transport Research*, 10(1), 82–109. <https://doi.org/10.1080/21650020.2022.2054857>
- Shah, T. F., Syed, Z., Imam, A., & Raza, A. (2020). The impact of airline service quality on passengers ' behavioral intentions using passenger satisfaction as a mediator. *Journal of Air Transport Management*, 85(March 2019).
- Situmeang, S. (2024). The Effect of Service Quality , Customer Orientation and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *International Journal of Economics*, 3(2), 1333–1344. <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i2.1134>
- Soemanto, H., & Permana, D. (2023). Airport Image and Quality of Services : The Impact of Crm on Promoting Customer Satisfaction. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8(6), 2736–2745.
- Usman, A., Azis, Y., Harsanto, B., & Azis, A. M. (2023). The Impact of Service Orientation and Airport Service Quality on Passenger Satisfaction and Image: Evidence from Indonesia. *Logistics*, 7(4), 1–18. <https://doi.org/10.3390/logistics7040102>
- Xia, Y., & Ha, H. (2021). Does Customer Orientation Matter ? Direct and Indirect Effects in a Service Quality-Sustainable Restaurant Satisfaction Framework in China. *Sustainability*, 13(1051).