

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Selama beberapa dekade, pariwisata telah mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperdalam diversifikasi menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling cepat berkembang di dunia. Wisata modern terkait erat dengan pengembangan dan meliputi semakin banyak tujuan baru. Dinamika ini telah merubah pariwisata menjadi pendorong utama bagi kemajuan sosial ekonomi.

Saat ini, volume usaha pariwisata sama atau bahkan melampaui ekspor minyak, produk makanan atau mobil. Pariwisata telah menjadi salah satu pemain utama dalam perdagangan internasional, dan mewakili pada saat yang sama sebagai salah satu sumber pendapatan utama bagi banyak negara berkembang. Penyebaran pariwisata di negara-negara industri dan berkembang telah menghasilkan manfaat ekonomi dan lapangan kerja di berbagai sektor terkait dari konstruksi sampai pertanian atau telekomunikasi.

Kontribusi pariwisata untuk kesejahteraan ekonomi tergantung pada kualitas dan pendapatan dari tawaran pariwisata. UNWTO membantu tujuan di posisi berkelanjutan di pasar nasional dan internasional yang semakin kompleks. Sebagai badan PBB yang didedikasikan untuk pariwisata, UNWTO menunjukkan bahwa negara-negara berkembang terutama, berdiri untuk mendapatkan keuntungan dari pariwisata berkelanjutan dan bertindak untuk membantu membuat ini menjadi kenyataan.

Pariwisata telah menunjukkan pertumbuhan. Kedatangan wisatawan internasional telah meningkat dari 25 juta pada tahun 1950, menjadi 278 juta pada 1980, 527 juta pada tahun 1995, dan 1133 juta pada tahun 2014. Demikian pula, penerimaan pariwisata internasional yang diterima oleh destinasi di seluruh dunia telah melonjak dari US \$ 2 miliar pada tahun 1950 menjadi US \$ 104 miliar pada 1980, US \$ 415 miliar pada tahun 1995 dan US \$ 1245 miliar pada tahun 2014. Kedatangan wisatawan internasional di seluruh dunia diperkirakan akan meningkat 3,3% per tahun antara tahun 2010 dan 2030 mencapai 1,8 miliar pada

tahun 2030, menurut perkiraan jangka panjang UNWTO Pariwisata Menuju 2030. Pangsa pasar negara berkembang meningkat dari 30% pada tahun 1980 45% pada tahun 2014, dan diperkirakan akan mencapai 57% pada tahun 2030, setara dengan lebih dari 1 milyar kedatangan wisatawan internasional.(unwto.org, diakses 28 Februari 2017)

Saat ini perkembangan pariwisata dialami negara-negara di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam dan budaya yang besar yang memberikan modal besar bagi sektor pariwisata. Pariwisata sendiri merupakan salah satu sektor yang menjadi motor penggerak dalam pertumbuhan ekonomi negara. Dengan potensi wisata alam dan budaya yang begitu besar, pariwisata Indonesia menjadi salah satu penyumbang devisa yang besar bagi perekonomian Indonesia. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pun cukup meningkat setiap tahunnya, hal tersebut dapat dilihat dari tabel jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia berikut:

TABEL 1.1
JUMLAH KEDATANGAN WISATAWAN MANCANEGARA KE
INDONESIA TAHUN 2012-2016

Tahun	Jumlah Kunjungan/Orang	Persentase Kenaikan (%)
2012	8.044.462	-
2013	8.802.129	9,4%
2014	9.435.411	7,2%
2015	10.406.759	10,3%
2016	11.961.106	10,6%

Sumber: *Data Statistik, BPS KEMENPAR (diolah peneliti) 2017*

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia bulan Desember 2016 naik 12,87 persen dibanding bulan yang sama tahun sebelumnya, yaitu dari 986,3 ribu kunjungan menjadi 1,11 juta kunjungan. Secara kumulatif, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia selama tahun 2016 mencapai 11,96 juta kunjungan atau naik 10,69

persen dibandingkan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun sebelumnya yang berjumlah 10,41 juta kunjungan.(bps.go.id, diakses 28 Februari 2017)

Di tahun 2017, pemerintah menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sejumlah 15 juta wisatawan sebagaimana arahan langsung dari Presiden RI Joko Widodo. Semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari tahun ke tahun mengisyaratkan bahwa Indonesia memiliki potensi di sektor pariwisata. Sektor pariwisata sebagai salah satu sektor andalan merupakan suatu instrumen untuk menghasilkan devisa Negara. Terkait dengan hal ini, perlu dilakukan pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang pelaksanaannya melibatkan tiga *stakeholder* kunci yakni pemerintah, swasta dan masyarakat. Pengembangan sektor ini dilaksanakan secara lintas sektoral yang melibatkan banyak institusi baik tingkat lokal, regional, nasional bahkan internasional.

Pemerintah perlu melakukan koordinasi lintas sektoral, menurut Middleton dalam *Marketing Tourism and Travel* (2001, hlm. 11) lingkup sektor yang terkait dengan pariwisata adalah jasa penginapan (*Accommodation sector*), daya tarik wisata (*Attraction sector*), Transportasi (*Transport Sector*), *Travel Organizer's sector*, dan *Destination Organization Sector*. Dalam mengintegrasikan kelima sektor tersebut, pemerintah Indonesia melalui Inpres no. 16 Tahun 2005 mengenai Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata serta diperkuat dengan Perpres No. 64 Tahun 2014 mengenai Koordinasi Strategis Lintas Sektor Penyelenggaraan Kepariwisataan menetapkan bentuk - bentuk koordinasi strategis lintas sektor antar kementerian agar selaras, serasi dan terpadu yang dipimpin oleh Wakil Presiden dan dibantu oleh Kementerian Pariwisata.

Salah satu unsur strategis dalam aktivitas kepariwisataan adalah sektor transportasi. Transportasi merupakan media wisatawan dalam membawa wisatawan dari daerah asal menuju destinasi wisata. Pada sisi lain, kondisi geografi Indonesia mempunyai lingkup sebagai negara kepulauan, dan memiliki banyak gunung membuat transportasi mengambil bagian penting dalam

menghubungkan antar wilayah di Indonesia. Salah satu moda transportasi adalah transportasi udara. Transportasi udara merupakan alat angkutan mutakhir dan tercepat. Transportasi ini menggunakan pesawat udara sebagai alat angkutan sedangkan udara atau angkasa sebagai jalur atau jalannya. Alat transportasi udara dapat menjangkau tempat – tempat yang tidak dapat ditempuh dengan alat transportasi darat atau alat transportasi laut, di samping mampu bergerak lebih cepat dan mempunyai lintasan yang lurus, serta praktis bebas hambatan. Contoh alat transportasi udara misalnya pesawat terbang, helikopter, balon udara, dll. (dishub.jabarprov.go.id, diakses 13 Maret 2017)

Untuk mendukung sektor transportasi udara, maka dibutuhkan prasarana. Prasarana untuk transportasi udara yaitu bandar udara atau lebih sering disebut dengan bandara. Bandara merupakan suatu fasilitas untuk pesawat terbang lepas landas maupun untuk mendarat, selain itu bandara juga sebagai pintu gerbang masuk suatu negara atau wilayah. Di Indonesia, Bandara Soekarno-Hatta Jakarta merupakan salah satu pintu masuk wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Bandara ini mulai beroperasi pada tahun 1985 menggantikan Bandar Udara Kemayoran di Jakarta Pusat. Bandara Soekarno-Hatta Jakarta memiliki peranan penting selain sebagai pintu masuk, bandara ini juga sebagai kesan pertama atau *first impression* Negara Indonesia dan kota Jakarta terutama bagi wisatawan mancanegara. Bandara merupakan ikon/*image* suatu daerah, dimana pendatang melalui transportasi udara dari tempat lain akan memiliki kesan pertama suatu daerah di bandar udara. Terminal Penumpang Bandara Soekarno-Hatta Jakarta merupakan pintu gerbang bagi pendatang yang mengunjungi Indonesia dan Jakarta, dimana kesan pertama tentang daerah akan terbentuk. Sebagai pintu gerbang dan wadah pembentuk kesan pertama, sudah sepatutnya Bandar Udara memiliki karakter unik dan sesuatu yang mencerminkan daerahnya sehingga meninggalkan kesan positif bagi wisatawan.

Bandara Soekarno-Hatta Jakarta memiliki luas 18 km², Setiap bangunan terminal dibagi menjadi 3 *concourse*. Terminal 1A, 1B, dan 1C digunakan untuk penerbangan domestik oleh maskapai lokal. Terminal 1A dan 1B melayani penerbangan oleh Lion Air dan Wings Air. Sedangkan terminal 1C melayani

penerbangan oleh Batik Air dan Citilink. Terminal 2D dan 2E digunakan untuk melayani semua penerbangan internasional maskapai asing. Terminal 2D untuk semua maskapai luar yang dilayani oleh PT Jasa Angkasa Semesta, salah satu perusahaan *ground handling*. Terminal 2E untuk maskapai internasional yang dilayani oleh Garuda, termasuk semua penerbangan internasional Garuda. Terminal 2F untuk penerbangan maskapai Sriwijaya Airlines, NAM Air, dan Air Asia. Terminal 3 saat ini digunakan oleh Garuda Indonesia untuk penerbangan domestik. Pada akhir Maret 2017, Terminal 3 akan melayani penerbangan internasional maskapai Garuda Indonesia dan member *SkyTeam*. Bandara Soekarno-Hatta Jakarta memiliki kapasitas penumpang 45 juta penumpang per tahun. Berikut merupakan Tabel 1.2 mengenai jumlah penumpang domestik di Bandara Soekarno-Hatta Jakarta tahun 2012-2016.

TABEL 1.2
JUMLAH PENUMPANG DOMESTIK DI BANDARA
INTERNASIONAL SOEKARNO-HATTA JAKARTA
TAHUN 2012-2016

Tahun	Jumlah Penumpang/Orang
	Domestik
2012	19.749.880
2013	20.659.308
2014	20.265.692
2015	19.131.400
2016	20.575.982

Sumber: Data Statistik BPS (diolah peneliti) 2017

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan jumlah penumpang domestik di Bandara Internasional Soekarno-Hatta mengalami peningkatan dari 19.749.880 orang di tahun 2012 menjadi 20.659.308 orang di tahun 2013. Namun, pada tahun 2014 mengalami penurunan hingga tahun 2015 menjadi 19.131.400 orang. Tahun berikutnya mengalami kenaikan yang signifikan dengan jumlah 20.575.982 orang. Berikut merupakan tabel 1.3 mengenai jumlah penumpang internasional di Bandara Internasional Soekarno-Hatta Jakarta tahun 2012-2016.

TABEL 1.3
JUMLAH PENUMPANG INTERNASIONAL DI BANDARA
INTERNASIONAL SOEKARNO-HATTA JAKARTA
TAHUN 2012-2016

Tahun	Jumlah Penumpang/Orang
	Internasional
2012	5.837.068
2013	6.371.577
2014	6.244.840
2015	6.348.383
2016	6.622.466

Sumber: *Data Statistik BPS (diolah peneliti) 2017*

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan jumlah penumpang internasional di Bandara Internasional Soekarno Hatta mengalami peningkatan dari 5.837.068 orang di tahun 2012 menjadi 6.371.577 orang di tahun 2013. Namun pada tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 6.244.840 orang dan meningkat lagi di dua tahun berikutnya menjadi 6.348.383 orang dan 6.622.466 orang. Berikut ini tabel 1.4 mengenai jumlah penumpang domestik dan internasional di Bandara Internasional Soekarno-Hatta Jakarta tahun 2012-2016.

TABEL 1.4
JUMLAH PENUMPANG DOMESTIK DAN INTERNASIONAL DI
BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO-HATTA JAKARTA
TAHUN 2012-2016

Tahun	Jumlah Penumpang/Orang		Total Keseluruhan/Orang
	Domestik	Internasional	
2012	19.749.880	5.837.068	25.586.948
2013	20.659.308	6.371.577	27.030.885
2014	20.265.692	6.244.840	26.510.532
2015	19.131.400	6.348.383	25.479.783
2016	20.575.982	6.622.466	27.198.448

Sumber: *Data Statistik BPS (diolah peneliti) 2017*

Dari Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa jumlah penumpang di Bandara Internasional Soekarno-Hatta Jakarta fluktuatif. Pada tahun 2012 jumlah

penumpang di Bandara Soekarno-Hatta sebanyak 25,5 juta penumpang kemudian di tahun berikutnya meningkat sebanyak 27 juta. Namun di tahun 2014 dan 2015 jumlahnya terus menurun hingga ke angka 25,4 juta penumpang. Kemudian jumlahnya meningkat kembali di tahun 2016 mencapai 27,1 juta penumpang yang sekaligus menjadi jumlah penumpang terbanyak dari 5 tahun terakhir. Terjadinya jumlah penumpang yang fluktuatif disebabkan tingginya penerbangan menuju Jakarta dan dibukanya beberapa rute dan jadwal penerbangan baru dari dan ke Jakarta. Tetapi jumlah penumpang di 5 tahun terakhir tersebut termasuk banyak sehingga menempatkan Bandara Soekarno-Hatta di peringkat 18 sebagai 20 besar bandara tersibuk di dunia pada tahun 2015 menurut *Airports Council International* (ACI).

Sebagai salah satu bandara tersibuk di dunia, pengelola bandara yaitu PT. Angkasa Pura selaku penyelenggara sektor transportasi udara dituntut untuk dapat menyediakan fasilitas dan selalu memberikan pelayanan secara optimal. Hal yang termasuk dalam pelayanan bandara terdiri dari ketepatan waktu, kenyamanan, dan keselamatan penerbangan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, pelayanan bandara perlu ditunjang dengan fasilitas dan pelayanan yang handal. (okezone.com, diakses pada 13 Maret 2017)

Skytrax, perusahaan konsultan maskapai penerbangan Britania Raya, tiap tahunnya menggelar penghargaan untuk transportasi udara, baik itu maskapai hingga bandara terbaik yang ada di tiap negara di dunia. Perusahaan ini melakukan survei untuk menentukan maskapai, bandar udara, hiburan dalam pesawat, staff, dan elemen perjalanan udara terbaik lainnya. Selain melakukan survei, Skytrax juga memiliki forum maskapai penerbangan tempat penumpang pesawat dapat memberikan ulasan untuk dilihat oleh calon penumpang lain. Skytrax juga dikenal dengan Penghargaan Maspakai Dunia dan Penghargaan Bandar Udara Dunia tahunan. Berikut gambar 1.1 mengenai ulasan penumpang yang pernah melakukan penerbangan melalui Bandara Soekarno-Hatta Jakarta.



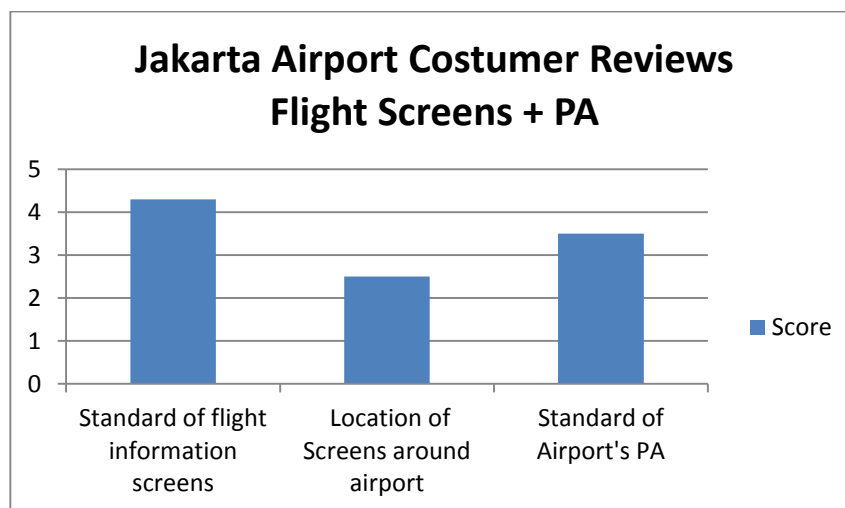
Sumber: Data Skytrax (diolah peneliti), 2017

GAMBAR 1.1
DIAGRAM ULASAN PENUMPANG
DI BANDARA SOEKARNO-HATTA JAKARTA

Dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa dari 102 penumpang pesawat yang pernah terbang melalui Bandara Soekarno-Hatta Jakarta dan mengulas pengalamannya di website *Skytrax.com* belum puas terhadap tingkat pelayanan yang diterima karena tingkat kepuasan masih berada di angka 5 dari skor 1 sampai 10. Hal ini disebabkan oleh kondisi pelayanan dan penyediaan fasilitas di bandara masih dirasakan belum mampu memenuhi kepuasan konsumen, masih sering ditemukan keluhan konsumen dalam banyak aspek, seperti kebutuhan tempat parkir yang layak, fasilitas yang tidak bersih, kondisi ruang tunggu yang tidak nyaman, staff yang belum memuaskan dan peralatan penunjang yang kurang handal dalam penyampaian jasa pada konsumen. Selain itu keberadaan *flight information screen* atau papan informasi penerbangan di Bandara Soekarno-Hatta jumlahnya masih sedikit dan sering ditemukan kendala dalam membacanya. Ditambah keadaan terminal bandara yang padat sehingga tidak memudahkan penumpang pesawat dalam mendapatkan kepuasan informasi.

Flight information screen di bandara merupakan fasilitas yang penting karena fasilitas ini membantu para penumpang untuk mengetahui jadwal

keberangkatan maupun jadwal kedatangan suatu penerbangan. Dari fasilitas *flight information screen*, penumpang dapat mengetahui informasi penerbangan mulai dari nama maskapai, nomor penerbangan, jadwal penerbangan hingga status penerbangan. Berikut Gambar 1.2 mengenai ulasan penumpang dari *flight information screen* yang ada di Bandara Soekarno-Hatta.



Sumber: <http://worldairportsurvey.com> (diolah peneliti), 2017

GAMBAR 1.2
DIAGRAM ULASAN PENUMPANG MENGENAI FLIGHT SCREEN + PA
DI BANDARA SOEKARNO-HATTA JAKARTA

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan ulasan penumpang mengenai *flight information screen* yang ada di Bandara Soekarno-Hatta. Terlihat bahwa *flight information screen* memiliki standar yang tinggi dengan skor yaitu 4.3 dari 5, namun penempatan *flight information screen* belum berada di tempat yang sesuai terlihat dari skor 2.5 dari 5. Artinya, para pengguna jasa bandara belum puas dengan fasilitas *flight information screen* yang ada di Bandara Soekarno-Hatta. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan informasi di Bandara Soekarno-Hatta, perlu dilakukan pra penelitian kepada 30 responden menggunakan instrument kuisioner. Hasil pra penelitian di Bandara Soekarno-Hatta dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Pra Penelitian, 2017

GAMBAR 1.3
PRESENTASE TINGKAT KEPUASAN INFORMASI
DI BANDARA SOEKARNO-HATTA JAKARTA

Berdasarkan hasil pra penelitian pada gambar 1.2 dapat dilihat bahwa sebesar 37% penumpang yang pernah berkunjung ke Bandara Soekarno-Hatta merasa puas atas layanan informasi yang diberikan dan sebesar 63% penumpang yang pernah berkunjung ke Bandara Soekarno-Hatta tidak puas atas layanan informasi yang diberikan. Banyaknya jumlah presentase ketidakpuasan penumpang disebabkan oleh berbagai faktor. Oleh sebab itu, PT. Angkasa Pura II sebagai pengelola bandara di Indonesia perlu melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan *satisfaction* di Bandara Soekarno-Hatta Jakarta.

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan informasi PT. Angkasa Pura II melakukan inovasi yaitu dengan meluncurkan *mobile application* yang diberi nama *Indonesia Airport*. Dengan adanya *mobile application Indonesia Airport* penumpang mendapatkan layanan yang baik, cepat dan murah. Penumpang menginginkan informasi terkini mengenai status penerbangan mulai dari waktu keberangkatan, *flight delays*, maupun *gate changes*. Menurut Benitez (2016) definisi *mobile apps* adalah sebagai berikut.

“another promotional tool which can generate both notoriety and a positive brand image. Hence, apps are the multi-tool pocket knife of the future; they make life easier at any time, and its use is multifunctional.”

Sakti Adiyudo, 2017

PENGARUH MOBILE APPLICATION INDONESIA AIRPORT TERHADAP USER SATISFACTION DI BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO-HATTA JAKARTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Ponsel telah menjadi salah satu perangkat elektronik yang paling penting di dunia. Ponsel yang saat ini berevolusi menjadi *smartphone*, merupakan sebuah perubahan besar dimana konsumen dapat terhubung ke internet kapan saja dan dimana saja. Jumlah pengguna *smartphone* juga meningkat drastis setiap tahunnya. Aplikasi sebagai alat promosi dimana pengguna dapat melakukan seperti mencari informasi, pemetaan, dan lainnya. Fitur yang ditawarkan oleh aplikasi sangat banyak dan setiap hari dengan semua permintaan baru yang diminta oleh penggunanya, aplikasi baru terus dikembangkan untuk tujuan profesional maupun rekreasi. Aplikasi memiliki kegunaan untuk area fungsi yang luas seperti panggilan, pesan, portal informasi, *chatting*, jaringan sosial komunikasi, multimedia dan sebagainya. Bandara-bandara besar saat ini menghadapi tantangan dalam mengimplementasi teknologi terbaru untuk mempermudah kegiatan komersial dan *mobile application Indonesia Airport* hadir sebagai alat pemasaran yang menarik untuk meningkatkan kepuasan informasi di Bandara Soekarno-Hatta Jakarta. Lin, Wu dan Cheng (2015) mengatakan kepentingan akan memperkenalkan layanan yang baru untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah hal yang penting saat ini dan mengidentifikasi *display technologies* atau teknologi layar tampilan sebagai inovasi yang menjanjikan.

Semakin tinggi minat masyarakat menggunakan jasa penerbangan tentunya harus diimbangi dengan peningkatan fasilitas Bandara Soekarno-Hatta Jakarta. Memberikan pelayanan yang berkualitas serta nilai dari jasa yang tinggi merupakan suatu hal yang penting untuk membangun kepuasan pelanggan industri jasa (Zeithaml dan Bitner, 2004). Pentingnya membangun kepuasan konsumen di bandara karena bandara menjadi pintu gerbang pertama wisatawan memasuki suatu destinasi dan juga sebagai *tourism hub*, atau perantara untuk memasuki suatu destinasi. Maka dari itu membangun branding *Wonderful Indonesia* menjadi sangat penting. Ini menjadi *moment of truth*, merasakan sensasi dan kesan pertama di Indonesia, karena menjadi tempat pertama yang didatangi wisatawan, bandara menjadi penentu persepsi orang terhadap bangsa ini. Jika pandangan pertama sudah negatif, selanjutnya akan terus memberikan persepsi negatif. Namun sebaliknya, jika berkesan ramah, aman, nyaman, tertib,

memberikan *ambience art* dan *culture*, wisatawan akan memberikan kesan positif. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH *MOBILE APPLICATION INDONESIA AIRPORT* TERHADAP *USER SATISFACTION* DI BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO-HATTA JAKARTA**” (survei kepada pengguna *mobile app Indonesia Airport* Bandara Internasional Soekarno-Hatta Jakarta).

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *Mobile Application Indonesia Airport* yang terdapat di Bandara Internasional Soekarno-Hatta.
2. Bagaimana *User Satisfaction* yang terdapat di Bandara Internasional Soekarno-Hatta.
3. Bagaimana pengaruh *Mobile Application Indonesia Airport* terhadap *User Satisfaction* di Bandara Internasional Soekarno-Hatta

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka tujuan penelitian yaitu untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Gambaran *Mobile Application Indonesia Airport* yang terdapat di Bandara Internasional Soekarno-Hatta.
2. Gambaran *User Satisfaction* di Bandara Internasional Soekarno-Hatta.
3. Pengaruh *Mobile Application Indonesia Airport* terhadap *User Satisfaction* di Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas maka kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perluasan kajian ilmu mengenai Kepariwisataan khususnya mengenai *Mobile Application* dan

User Satisfaction. Selanjutnya hasil penelitian dapat memberi kontribusi untuk mengembangkan ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya pada Manajemen Pemasaran Destinasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi pihak yang bersangkutan yaitu PT Angkasa Pura II dalam merespon penumpang untuk menaikkan *User Satisfaction* di Bandara Internasional Soekarno-Hatta melalui *Mobile Application*, sehingga dapat menjadikan bahan masukan dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan serta mempertahankan eksistensi di dalam kepariwisataan Bandara Internasional Soekarno-Hatta.