

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu simpulan berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan simpulan dari masalah penelitian.

5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini meliputi empat hipotesis. Simpulan atas hipotesis ini adalah sebagai berikut:

1. *Inflight service quality* mempengaruhi *customer satisfaction* (H_1)

Hasil pembuktian hipotesis penelitian dengan menguji pengaruh *inflight service quality* terhadap *customer satisfaction*, hasilnya adalah hipotesis diterima. Penerimaan hipotesis ini diartikan bahwa layanan selama penerbangan mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang ketika menikmati layanan *inflight service quality*

2. *Safety* mempengaruhi *customer satisfaction* (H_2)

Persepsi penumpang terhadap Lion Air terbukti mempengaruhi secara signifikan *customer satisfaction*, Penerimaan hipotesis ini menyebabkan seberapa tinggi kepuasan yang dirasakan penumpang menyebabkan penumpang semakin puas, Keamanan dan keselamatan adalah faktor penting dalam melakukan perjalanan menggunakan moda transportasi sehingga layak dilakukan evaluasi.

3. *Price* mempengaruhi *customer satisfaction* (H_3)

Harga identik dengan pengorbanan sehingga dengan harga yang lebih rendah anak penumpang bisa berhemat dengan tarif yang rendah tadi. Hasil pengujian

secara statistik menunjukkan bahwa *customer satisfaction* secara nyata mempengaruhi kepuasan penumpang.

4. *Customer satisfaction* mempengaruhi *customer loyalty* (H_4)

Customer satisfaction menggambarkan seberapa tinggi kepuasan yang dirasakan oleh penumpang. Kepuasan pelanggan menjadi pertimbangan konsumen melakukan suatu aktivitas tertentu. Demikian halnya dalam menggunakan sebuah layanan maskapai penerbangan maka kepuasan pelanggan sangat menentukan pilihan pada maskapai penerbangan.

5.1.2 Simpulan Berdasarkan Rumusan Masalah

Loyalitas semakin sulit untuk diwujudkan pelaku usaha karena loyalitas pelanggan dihadapkan pada banyaknya layanan perbpenerbangan yang bisa dipilih oleh pelanggan. Persaingan yang ketat menyebabkan kepuasan menjadi faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan penumpang terhadap Lion Air. Tiga variabel yang juga mempengaruhi *customer satisfaction* adL *inflight service quality*, *safety perception*, dan *price*.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis menjelaskan mengenai hasil perbandingan temuan-temuan penelitian-penelitian terdahulu dan temuan dari penelitian sekarang yang difokuskan dari hasil pengujian hipotesis. Implikasi teoritis penelitian sekarang adalah sebagai berikut:

Tabel 5.3 Implikasi Teoritis

Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang	Implikasi Teoritis
Penelitian Marquez. (2016) mengungkapkan bahwa persepsi keselamatan sangat menentukan terhadap tingkat kepuasan penumpang. Keselamatan adalah syarat utama dari	<i>Inflight service quality</i> mempengaruhi secara signifikan customer satisfaction	Mendukung penelitian Marquez. (2016) karena <i>inflight service quality</i> dalam penelitian ini mempengaruhi <i>customer satisfaction</i>
Brochado, et al. (2019) mendapatkan temuan yang menandakan bahwa <i>inflight service quality</i> menentukan seberapa tinggi kepuasan pelanggan.	<i>ISafety perception</i> mempengaruhi secara signifikan customer satisfaction	Mendukung penelitian Brochado, et al. (2019) mendapatkan temuan yang menandakan bahwa <i>inflight service quality</i> menentukan seberapa tinggi kepuasan pelanggan.
Penelitian Marquez. (2016) mengungkapkan bahwa persepsi keselamatan sangat menentukan terhadap tingkat kepuasan penumpang.	<i>Price</i> mempengaruhi secara signifikan customer satisfaction	Mendukung Penelitian Marquez. (2016) mengungkapkan bahwa persepsi keselamatan sangat menentukan terhadap tingkat kepuasan penumpang.
Marquez. (2016) menjelaskan bahwa <i>customer satisfaction</i> merupakan prediktor yang baik untuk mengukur kepuasan pelanggan.	<i>Customer satisfaction</i> mempengaruhi secara signifikan customer satisfaction	Mendukung penelitian Marquez. (2016) bahwa loyalitas dibangun melalui kepuasan pelanggan

5.2.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, maka terdapat beberapa konsekuensi yang bisa dilakukan oleh pihak manajemen Lion Air sebagai salah satu upaya untuk terus meningkatkan kepuasan penumpang sehingga loyalitas penumpang tidak menurun dan hana akan memilih Lion Air sebagai pilihan untuk layanan penerbangan. Secara lebih rinci mengenai implikasi manajerial ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 4 Implikasi Manajerial

Penelitian Sekarang	Implikasi Manajerial
<p>Indikator terpenting <i>Inflight service quality</i>: Pramugari memperagakan cara pemakaian sabuk pengaman, kantong udara, dan hal lainnya yang menyangkut keselamatan penumpang</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Lion Air layak untuk mengkasji upaya untuk membangun <i>inflight service quality</i>. Cara yang bisa dilakukan oleh manajemen terus meningkatkan quality control check sebelum dilakukan penerbangan • Manajemen juga bisa menggunakan sosial untuk mengunggah berbagai informasi-informasi mengenai layanan Lion Air yang menguatamakan pada faktor keselamatan untuk meningkatkan kepercayaan penumpang terhadap <i>inflight service quality</i>
<p>Indikator terpenting <i>safety perception</i> Pilot selalu mengumumkan berbagai informasi kepada penumpang, misalnya cuaca, dan lainnya</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Upaya membangun persepsi keselamatan ini bisa dilakukan melalui upload berbagai informasi mengenai layanan Lion Air di media sosial yang bisa dijangkau oleh konsumen yang menjadi target. Berbagai masalah yang dihadapi oleh penumpang juga dinformasikan melalui media sosial lengkap dengan solusi yang diberikan sampai tuntas sehingga terbangun persepsi yang positif mengenai keamanan dan keselamatan menggunakan Lion air.
<p>Indikator terpenting <i>Price</i> : Harga tiket yang ditetapkan oleh Lion Air untuk layanan penerbangan terjangkau</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Harga tidak harus terus rendah yang akhirnya Lion Air bisa merugi dan akhirnya juga mempengaruhi layanan. Namun yang perlu dilakukan adalah membangun persepsi atas harga bahwa harga Lion Air adalah harga yang reasobale. Lion Air bisa mengunggah atau menginformasikan berbagai fasilitas dan kenyamanan yang didapatkan penumpang dengan harga yang ditetapkan. • Secara periodik <i>bundling pricing</i> juga bisa dilakukan. Bundling pricing adalah penetapan beberapa produk atau layanan pada satu harga. Lion bisa memilih handicraft atau produk aksesoris lain yang menarik untuk setiap tiket yang dibeli penumpang. Cara ini bisa membangun persepsi yang positif mengenai harga.
<p>Indikator terpenting <i>customer satisfaction</i>: Penumpang memiliki kesimpulan bahwa layanan penerbangan Lion Air memenuhi semua kriteria Saya</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa hal yang bisa dilakukan oleh manajemen Lion air adalah perlunya survei kepuasan pelanggan secara terus menerus untuk mengetahui gambaran terkini kepuasan penumpang dari layanan Lion Air.Sm lini layanan layak mendapatkan perhatian dan tidak hanya fokus pada layanan selama

	penerbangan. Evaluasi terhadap semua lini operasional yang bersentuhan langsung dengan penumpang layak ditingkatkan secara berkelanjutan.
--	---

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan pada kesimpulan hasil penelitian di atas, maka rekomendasi yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel-variabel lain terkait dengan *customer loyalty* seperti faktor demografis, maupun faktor eksternal misalnya daya beli konsumen kualitas layanan, *complaint handling* sehingga nantinya bisa memberikan masukan yang lebih komprehensif mengenai cara efektif membangun loyalitas
2. Penelitian selanjutnya bisa mengulang penelitian sekarang dengan obyek produk lain yang berbeda sehingga hasilnya bisa dibandingkan untuk bisa memberikan gambaran lebih luas mengenai perilaku konsumen khususnya pada perusahaan jasa