

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan. Jumlah responden yang diambil sebanyak 200 responden, dimana responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah penumpang yang sudah pernah melakukan perjalanan menggunakan pelayanan Air Asia minimal sebanyak tiga kali di Bandara Soekarno-Hatta dengan cara penyebaran kuesioner. Metode analisis untuk pengolahan data penelitian menggunakan SPSS untuk pengujian instrumen dan LISREL untuk *confirmatory factor analysis*. Setelah menganalisis data primer mengenai variabel-variabel penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel V.1
Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | <i>Standardized Total Effects</i> | <i>t-values</i> | Interpretasi |
|---|-----------------------------------|-----------------|-----------------|
| H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan | 0.54 | 2.62 > 1.96 | Diterima |
| H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan | 0.35 | 2.49 > 1.96 | Diterima |
| H3: Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan | 0.66 | 3.06 > 1.96 | Diterima |
| H4: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan | 0.23 | 2.49 > 1.96 | Diterima |

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari hasil perhitungan tabel diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hipotesis 1 dapat menjelaskan pertanyaan dari rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari pengujian hipotesis 1 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan Air Asia Indonesia, maka dari itu hasil tersebut dapat menjawab pertanyaan pada perumusan masalah di atas, sehingga hipotesis 1 **diterima**. Karena, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan Air Asia Indonesia.
2. Hipotesis 2 dapat menjelaskan pertanyaan dari rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari pengujian hipotesis 2 menyatakan bahwa kualitas

pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan Air Asia Indonesia, maka dari itu hasil tersebut dapat menjawab pertanyaan pada perumusan masalah di atas, sehingga hipotesis 2 **diterima**. Karena, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Air Asia Indonesia.

3. Hipotesis 3 dapat menjelaskan pertanyaan dari rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari pengujian hipotesis 3 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan Air Asia Indonesia, maka dari itu hasil tersebut dapat menjawab pertanyaan pada perumusan masalah di atas, sehingga hipotesis 3 **diterima**. Karena, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan Air Asia Indonesia.
4. Hipotesis 4 dapat menjelaskan pertanyaan dari rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan. Hasil dari pengujian hipotesis 4 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan Air Asia Indonesia melalui mediasi kepuasan pelanggan, maka dari itu hasil tersebut dapat menjawab pertanyaan pada perumusan masalah di atas, sehingga hipotesis 4 **diterima**. Karena, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan Air Asia Indonesia melalui mediasi kepuasan pelanggan.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Penumpang Air Asia yang mendominasi adalah laki-laki, dimana rentang usia penumpang Air Asia paling banyak pada usia 26 – 30 tahun yang berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil, tingkat pendidikan D3/S1 dengan jumlah pengeluaran per bulan rata-rata Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000. Adapun tujuan penumpang menggunakan pelayanan Air Asia yang paling banyak adalah untuk keperluan wisata, maka dari itu rute tujuan penerbangan dengan kota yang memiliki banyak destinasi wisata lebih menarik dan banyak peminatnya. Selain itu dari segi kualitas pelayanan, pihak Air Asia dapat memperhatikan kebersihan, keamanan, kecepatan, dan kenyamanan.

Hasil analisa yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan memiliki implikasi peningkatan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang disediakan, sehingga *gap* antara harapan pelanggan dengan kenyataan tentang pelayanan tidak terlalu besar.

Berdasarkan hasil analisis data menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, oleh karena itu untuk mendapatkan pelanggan yang loyal perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan sehingga terbentuk kepuasan

pelanggan dimana pelanggan yang puas terhadap pelayanan perusahaan cenderung akan melakukan pembelian ulang atau bisa menjadi pelanggan yang loyal.

Air Asia memiliki reputasi yang baik dalam menjalankan operasinya sebagai maskapai penerbangan dengan biaya murah (LCC). Selain itu Air Asia juga baik dalam memberikan pelayanannya, tentunya pada standar maskapai penerbangan berbasis biaya murah, seperti kebersihan, keamanan, kenyamanan, kecepatan dan kemudahan untuk mendapatkan pelayanannya.

Pada masa yang akan datang, Air Asia memperlebar fokus utamanya, bukan hanya pada strategi harga dan kualitas pelayanan saja tetapi juga fokus pada strategi pengokohan *brand*, membangun kepercayaan pelanggan, dan meningkatkan kualitas produk atau fasilitas fisik sehingga Air Asia menjadi maskapai penerbangan LCC dengan kualitas pelayanan terbaik.

5.3 Saran

5.3.1 Penelitian Selanjutnya

- 1) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda, misalnya tentang maskapai penerbangan berbasis *full service*.
- 2) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan menambahkan variabel lain, seperti variabel harga, kepercayaan, ataupun citra merek agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

- 3) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan uji beda terhadap perusahaan pesaing yang beroperasi dengan cara yang sama yaitu maskapai penerbangan berbiaya rendah (LCC).
- 4) Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan mengambil responden dengan rute internasional (*cross-national*) yang akan memungkinkan tanggapan dari responden mengenai kualitas pelayanan akan berbeda dengan hanya rute domestik saja.

5.3.2 Perusahaan Air Asia Indonesia

- 1) Konsumen sangat mempertimbangkan ketepatan waktu keberangkatan, maka dari itu sebaiknya perusahaan meminimalisir *delay* seperti yang ada dalam aspek pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan di awal pemesanan tiket penerbangan.
- 2) Air Asia memiliki peluang besar untuk menjadi maskapai penerbangan LCC nomor 1 di Indonesia, maka dari itu hal yang tepat untuk dilakukan adalah dengan menumbuhkan kepercayaan yang baik dalam masyarakat.