BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat diketahui kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara citra merek dengan minat beli tiket maskapai penerbangan Lion Air. Signifikansi artinya nilai signifikansi X_1 (citra merek) terhadap Y (minat beli) lebih kecil dari 0,05 atau mempunyai signifikansi sebesar 0,000 dan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 7,367.
2. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dengan minat beli tiket maskapai penerbangan Lion Air. Signifikansi artinya nilai signifikansi X_2 (kualitas layanan) terhadap Y (minat beli) lebih kecil dari 0,05 atau mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 5,050.
3. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara citra merek dan kualitas layanan dengan minat beli maskapai penerbangan Lion Air. Signifikansi artinya nilai signifikansi X_1 (citra merek) dan X_2 (kualitas layanan) terhadap Y (minat beli) lebih kecil dari 0,05 atau mempunyai

nilai signifikansi sebesar 0,000 dan hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu sebesar 165,229.

B. Implikasi

Hasil analisis menyatakan citra merek dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli, oleh karena itu untuk meningkatkan minat beli perusahaan harus mampu meningkatkan respon positif terhadap citra merek dan kualitas layanan. Implikasi terjadi pada jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, dan ragu-ragu berjumlah lebih besar 30% dari jumlah responden dimana jumlah responden sebanyak 200 dan jumlah minimal terjadinya implikasi sebesar 67 responden. Beberapa aspek yang perlu ditingkatkan adalah sebagai berikut:

1. Variabel citra merek

A. Dimensi *brand attribute*

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki armada pesawat generasi terbaru, menghasilkan nilai implikasi sebesar 137 yang terdiri dari: 8 responden sangat tidak setuju, 35 responden tidak setuju, dan 94 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh karena tidak semua armada pesawat Lion Air bergenerasi baru.
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan harga penerbangan yang murah, menghasilkan nilai implikasi sebesar 158 yang terdiri dari: 32 responden sangat tidak setuju, 56 responden tidak setuju, dan 70 responden ragu-ragu. Hasil

tersebut disebabkan oleh harga yang diberikan Lion Air dirasa tidak cukup murah bagi responden.

- 3) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan harga yang mampu bersaing dengan maskapai penerbangan lain, menghasilkan nilai implikasi sebesar 128 yang terdiri dari: 9 responden sangat tidak setuju, 24 responden tidak setuju, dan 95 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh harga yang diberikan Lion Air tidak semurah harga yang diberikan oleh maskapai lain.
- 4) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki petugas pelayanan yang ramah, menghasilkan nilai implikasi sebesar 180 yang terdiri dari: 25 responden sangat tidak setuju, 69 responden tidak setuju, dan 86 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh petugas pelayanan Lion Air tidak memberikan pelayanan yang ramah kepada penumpangnya.
- 5) Berdasarkan pernyataan kuesioner Warna merah yang digunakan identik dengan Lion Air, menghasilkan nilai implikasi sebesar 161 yang terdiri dari: 20 responden sangat tidak setuju, 57 responden tidak setuju, dan 84 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh tidak hanya Lion Air yang menggunakan warna merah.
- 6) Berdasarkan pernyataan kuesioner Desain logo singa yang digunakan identik dengan Lion Air, menghasilkan nilai implikasi sebesar 127 yang terdiri dari: 9 responden sangat

tidak setuju, 24 responden tidak setuju, dan 94 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh tidak hanya Lion Air yang menggunakan gambar singa sebagai logonya.

B. Dimensi *brand benefit*

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki rute penerbangan yang banyak, menghasilkan nilai implikasi sebesar 78 yang terdiri dari: 1 responden sangat tidak setuju, 11 responden tidak setuju, dan 66 responden ragu-ragu. Sebenarnya, pernyataan tersebut merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki Lion Air, tetapi tidak semua responden setuju dengan pernyataan tersebut.
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki frekuensi penerbangan yang tinggi, menghasilkan nilai implikasi sebesar 84 yang terdiri dari: 1 responden sangat tidak setuju, 12 responden tidak setuju, dan 71 responden ragu-ragu. Sebenarnya, pernyataan tersebut merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki Lion Air, tetapi tidak semua responden setuju dengan pernyataan tersebut karena meskipun Lion Air memiliki frekuensi penerbangan yang tinggi Lion Air juga sering terjadi *delay* sehingga tetap saja akan merugikan penumpang.
- 3) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan kemudahan dalam pembelian tiket, menghasilkan nilai implikasi sebesar 159 yang terdiri dari: 31 responden sangat tidak setuju, 58 responden tidak setuju, dan 70 responden ragu-

ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih banyak responden yang merasa kesulitan dalam pembelian tiket.

- 4) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air merupakan maskapai pelayanan yang nyaman, menghasilkan nilai implikasi sebesar 179 yang terdiri dari: 25 responden sangat tidak setuju, 69 responden tidak setuju, dan 85 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh banyaknya keluhan dari penumpang.
- 5) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air merupakan maskapai pelayanan yang aman, menghasilkan nilai implikasi sebesar 167 yang terdiri dari: 13 responden sangat tidak setuju, 49 responden tidak setuju, dan 105 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan banyaknya insiden yang terjadi pada Lion Air.

C. Dimensi *brand attitude*

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air mampu menjaga kualitas layananannya dengan baik, menghasilkan nilai implikasi sebesar 169 yang terdiri dari: 48 responden sangat tidak setuju, 65 responden tidak setuju, dan 56 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih banyaknya konsumen yang menganggap layanan Lion Air kurang memuaskan.

- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air mampu membuktikan pesan yang diiklankan, menghasilkan nilai implikasi sebesar 159 yang terdiri dari: 40 responden sangat tidak setuju, 47 responden tidak setuju, dan 72 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh kurangnya sosialisasi iklan Lion Air dikalangan masyarakat.
- 3) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air senantiasa memperbaharui kualitas pelayanan, menghasilkan nilai implikasi sebesar 158 yang terdiri dari: 32 responden sangat tidak setuju, 55 responden tidak setuju, dan 71 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih banyaknya keluhan mengenai pelayanan yang kurang baik.
- 4) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki kelebihan berupa rute penerbangan yang lebih banyak dari maskapai lain, menghasilkan nilai implikasi sebesar 117 yang terdiri dari: 5 responden sangat tidak setuju, 21 responden tidak setuju, dan 91 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh adanya pesaing yang memberikan rute penerbangan yang banyak.
- 5) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki kelebihan berupa frekuensi penerbangan yang lebih banyak dari maskapai lain, menghasilkan nilai implikasi sebesar 128 yang terdiri dari: 8 responden sangat tidak setuju, 25 responden tidak setuju, dan 95 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh adanya

pesaing yang memberikan frekuensi penerbangan yang banyak.

2. Variabel kualitas layanan

a. Dimensi *tangible*

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki armada pesawat yang *up to date*, menghasilkan nilai implikasi sebesar 166 yang terdiri dari: 23 responden sangat tidak setuju, 55 responden tidak setuju, dan 88 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh tidak semua responden merasakan pesawat generasi lain dari Lion Air.
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki pelayanan hiburan selama penerbangan, menghasilkan nilai implikasi sebesar 121 yang terdiri dari: 8 responden sangat tidak setuju, 29 responden tidak setuju, dan 84 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh tidak adanya hiburan yang dirasakan oleh penumpang.
- 3) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki petugas pelayanan dengan tampilan yang menarik, menghasilkan nilai implikasi sebesar 132 yang terdiri dari: 18 responden sangat tidak setuju, 34 responden tidak setuju, dan 80 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh banyak penumpang yang tidak melihat tampilan petugas pelayanan yang tidak menarik.

b. Dimensi *reliability*

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan ketepatan dalam reservasi tiket, menghasilkan nilai implikasi sebesar 121 yang terdiri dari: 17 responden sangat tidak setuju, 20 responden tidak setuju, dan 84 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh banyaknya penumpang yang mengalami kesalahan dalam reservasi tiket.
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan kemudahan dalam reservasi tiket, menghasilkan nilai implikasi sebesar 195 yang terdiri dari: 121 responden sangat tidak setuju, 39 responden tidak setuju, dan 35 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih banyak penumpang yang mengalami kesusahan dalam reservasi tiket.
- 3) Berdasarkan pernyataan kuesioner waktu penerbangan Lion Air selalu tepat waktu (tidak *delay*), menghasilkan nilai implikasi sebesar 193 yang terdiri dari: 112 responden sangat tidak setuju, 41 responden tidak setuju, dan 40 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih seringnya terjadi *delay* pada jadwal penerbangan Lion Air yang disebabkan oleh masih kurangnya pengaturan manajemen atau lalulintas perjalanan Lion Air.
- 4) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan pelayanan *check in* dengan nyaman, menghasilkan nilai implikasi sebesar 152 yang terdiri dari: 18 responden sangat tidak setuju, 37 responden tidak setuju, dan 97 responden ragu-

ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh kurangnya kenyamanan yang dirasakan oleh calon penumpang ketika melakukan *check in*.

5) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan kenyamanan selama penerbangan, menghasilkan nilai implikasi sebesar 163 yang terdiri dari: 21 responden sangat tidak setuju, 56 responden tidak setuju, dan 86 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih banyaknya penumpang yang tidak merasakan kenyamanan selama penerbangan dengan Lion Air.

6) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan perasaan aman selama penerbangan, menghasilkan nilai implikasi sebesar 151 yang terdiri dari: 15 responden sangat tidak setuju, 40 responden tidak setuju, dan 96 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih banyaknya berita mengenai insiden yang terjadi yang menjadikan kurangnya rasa aman yang dirasakan oleh penumpang.

c. Dimensi *responsivness*

1) Berdasarkan pernyataan kuesioner petugas pelayanan Lion Air dapat merespon keinginan penumpang dengan baik, menghasilkan nilai implikasi sebesar 168 yang terdiri dari: 26 responden sangat tidak setuju, 53 responden tidak setuju, dan 89 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih

kurang baiknya respon yang diberikan petugas pelayanan kepada penumpang yang membutuhkan.

- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner petugas pelayanan Lion Air dapat menangani keluhan penumpang, menghasilkan nilai implikasi sebesar 157 yang terdiri dari: 22 responden sangat tidak setuju, 53 responden tidak setuju, dan 82 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih banyak penumpang yang merasa penanganan keluhan mereka tidak ditanggapi dengan baik.
- 3) Berdasarkan pernyataan kuesioner petugas pelayanan Lion Air terasa interaktif kepada penumpang, menghasilkan nilai implikasi sebesar 156 yang terdiri dari: 20 responden sangat tidak setuju, 54 responden tidak setuju, dan 82 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh kurangnya interaksi yang diberikan petugas pelayanan kepada penumpang.

d. Dimensi *assurance*

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memiliki catatan keamanan yang baik, menghasilkan nilai implikasi sebesar 155 yang terdiri dari: 18 responden sangat tidak setuju, 27 responden tidak setuju, dan 100 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh banyaknya insiden kecelakaan yang dialami oleh Lion Air.
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan ketepatan jadwal penerbangan, menghasilkan nilai implikasi

sebesar 195 yang terdiri dari: 85 responden sangat tidak setuju, 51 responden tidak setuju, dan 59 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih sering terjadi keterlambatan penerbangan yang dialami oleh Lion Air.

- 3) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan keamanan pada bawaan penumpang di bagasi, menghasilkan nilai implikasi sebesar 186 yang terdiri dari: 86 responden sangat tidak setuju, 58 responden tidak setuju, dan 42 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh masih sering terjadi kesalahan seperti kerusakan atau kehilangan yang dialami penumpang.

e. Dimensi *emphaty*

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner petugas pelayanan Lion Air memberikan pelayanan secara lebih mendalam kepada penumpang, menghasilkan nilai implikasi sebesar 153 yang terdiri dari: 15 responden sangat tidak setuju, 30 responden tidak setuju, dan 108 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh penumpang tidak merasakan pelayanan yang diberikan oleh petugas pelayanan Lion Air secara mendalam.
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner Lion Air memberikan pengumuman secara khusus atau langsung kepada penumpang atau calon penumpang ketika ada pengumuman dari Lion air, menghasilkan nilai implikasi sebesar 162 yang terdiri dari: 20 responden sangat tidak setuju, 57 responden tidak setuju, dan

85 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh banyak penumpang yang tidak mendapat pemberitahuan khusus ketika ada pengumuman dari Lion Air, seperti terjadi *delay* atau perubahan jadwal penerbangan.

3. Variabel minat beli

a. Dimensi minat transaksional

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner yang menyatakan tertarik dengan Lion Air, menghasilkan nilai implikasi sebesar 69,5 yang terdiri dari: 32 responden sangat tidak setuju, 25 responden tidak setuju, dan 99 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh adanya responden atau penumpang yang sebenarnya tidak tertarik dengan Lion Air
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner yang menyatakan berminat untuk membeli tiket pesawat Lion Air, menghasilkan nilai implikasi sebesar 72,5 yang terdiri dari: 23 responden sangat tidak setuju, 33 responden tidak setuju, dan 88 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh adanya responden atau penumpang yang sebenarnya tidak berminat membeli tiket maskapai penerbangan Lion Air.

b. Dimensi minat preferensial

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner yang menyatakan menjadikan Lion Air sebagai pilihan utama dalam memilih maskapai penerbangan, menghasilkan nilai implikasi sebesar

185 yang terdiri dari: 44 responden sangat tidak setuju, 77 responden tidak setuju, dan 64 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh sebagian responden lebih menjadikan maskapai penerbangan lain sebagai pilihan utama dalam melakukan pemesanan tiket.

- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner yang menyatakan lebih mengingat Lion air saat ingin membeli tiket pesawat, menghasilkan nilai implikasi sebesar 160 yang terdiri dari: 35 responden sangat tidak setuju, 81 responden tidak setuju, dan 44 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh sebagian responden lebih mengingat maskapai lain saat ingin membeli tiket pesawat.

c. Dimensi minat eksploratif

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner yang menyatakan mencari informasi lebih lanjut mengenai Lion Air, menghasilkan nilai implikasi sebesar 168 yang terdiri dari: 34 responden sangat tidak setuju, 72 responden tidak setuju, dan 36 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh ketidaktarikan responden dengan maskapai penerbangan Lion Air.
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner yang menyatakan mencari tahu mengenai tiket perjalanan dengan Lion Air, menghasilkan nilai implikasi sebesar 169 yang terdiri dari: 38 responden sangat tidak setuju, 66 responden tidak setuju, dan 65 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh responden

yang tidak tertarik dengan Lion Air akan memilih maskapai lain terlebih dahulu dalam mencari tahu tentang tiket perjalanan Lion Air.

d. Dimensi minat referensial

- 1) Berdasarkan pernyataan kuesioner yang menyatakan setelah menggunakan Lion Air, ingin mereferensikan Lion Air kepada orang lain, pernyataan ini menghasilkan nilai implikasi sebesar 178 yang terdiri dari: 51 responden sangat tidak setuju, 35 responden tidak setuju, dan 92 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh responden tidak ingin disalahkan jika terjadi hal buruk dengan Lion Air.
- 2) Berdasarkan pernyataan kuesioner yang menyatakan menceritakan informasi positif tentang Lion Air, menghasilkan nilai implikasi sebesar 176 yang terdiri dari: 45 responden sangat tidak setuju, 55 responden tidak setuju, dan 76 responden ragu-ragu. Hasil tersebut disebabkan oleh responden tidak merasakan hal positif pada dirinya sendiri sehingga tidak ada kesan positif yang diterima.

C. Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran, baik untuk pihak perusahaan, dan juga untuk penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

- a. Lion Air hendak memberikan harga yang lebih mampu bersaing dengan pesaingnya sebagai *low cost carrier*.
- b. Meningkatkan pelatihan untuk petugas pelayanan baik secara penampilan maupun perilaku agar dapat melayani penumpang lebih baik lagi.
- c. Desain logo dan warna hendaknya lebih disosialisasikan lagi, agar masyarakat lebih *aware* dengan warna merah yang digunakan Lion Air dan logo singa hanya milik Lion Air.
- d. Meningkatkan sistem pembelian tiket, reservasi, dan pelayanan *check in*, agar dirasa lebih mudah oleh penumpang.
- e. Meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada penumpang, mulai dari para petugas pelayanan, pelayanan selama penerbangan, sampai dengan ketepatan waktu dalam penerbangan.
- f. Memperbaiki pengaturan waktu penerbangan agar tidak terjadi *delay*.
- g. Memperbaharui atau selalu melakukan pengecekan secara berkala pada semua armada yang digunakan, agar tidak terjadi kerusakan yang mengakibatkan ketidaknyamanan penumpang, seperti pendingin ruangan, tempat bagasi kabin, kursi, dan lain-lain serta untuk menjaga keamanan penumpang dan awak kabin sendiri.
- h. Memperhatikan seluruh awak kabin selama bekerja di dalam pesawat, seluruh awak kabin harus dalam keadaan layak untuk bekerja.

- i. Lion Air hendaknya meningkatkan keamanan dalam penjagaan barang bawaan penumpang di dalam bagasi, seperti mempekerjakan petugas keamanan khusus untuk mengawasi bagasi.
 - j. Meningkatkan *customer relationship* antara Lion Air dengan penumpang.
2. Bagi penelitian selanjutnya
- a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda pada maskapai penerbangan *low cost carrier* lainnya seperti Airasia, Citilink, dan Sriwijaya.
 - b. Hendaknya menambahkan variabel lain yang lebih menarik untuk diteliti dan belum pernah diteliti sebelumnya.