BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh berupa deskriptif dan kausal. Berikut adalah beberapa kesimpulan:

1. Dalam kualitas pelayanan Lion Air dapat digambarkan bahwa Lion Air sendiri memiliki keandalan dalam prosedur pelayanan yang cepat dan jadwal penerbangan yang konsisten. Adapun dari ketanggapan Lion Air tanggap dalam menyelesaikan keluhan si penumpang. Dalam jaminan Lion Air memiliki staf yang baik dan kompetensi dalam memberikan pelayanan kepada si penumpang. Untuk kepedulian adanya kemudahan pelayanan yang diberikan dalam menghubungi call center dan ticketing Lion Air. Dan juga pelayanan fisik dengan fasilitas untuk menunjang pelayanan kepada penumpang. Harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang merasa puas dapat tercipta loyalitas konsumen. Sedangkan untuk harga Lion Air, penetapan harga Lion Air berdasarkan jenis layanan yang akan digunakan konsumen, dari layanan yang biasa saja sampai dengan jenis layanan super

cepat, lalu jarak atau tujuan yang akan dikirim, dan berat barang yang telah ditimbang. Berdasarkan penetapan harga tersebut, konsumen dapat menentukan layanan apa yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhannya dan dengan adanya kemudahan dalam hal cara pembayaran. Dalam loyalitas konsumen adanya respon *Repeat*, *Retention* dan *Refferal* yang diberikan si pelanggan setelah si penumpang memakai dan merasakan pelayanan yang diberikan oleh Lion Air.

2. Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X_1), dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.
3. Nilai t hitung pada variabel harga (X_2) dapat disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4. Kualitas Pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Kualitas Pelayanan dan Harga menjelaskan Loyalitas Konsumen sebesar 43.7%, sedangkan sisanya 52.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Koefisien dari kedua variabel Kualitas Pelayanan dan Harga bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen.

5.2 Saran

Atas dasar hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba

memberikan saran. Adapun saran operasional untuk kepentingan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Lion Air perlu meningkatkan intensitas dalam prosedur pelayanan dan jadwal lebih akurat dan memuaskan sehingga penumpang bisa merasakan pelayanan yang lebih baik lagi.
2. Lion Air harusnya meningkatkan intensitas dan memberikan keinginan dan kesediaan Lion Air untuk membantu para penumpang dalam setiap keluhan yang didapat oleh penumpang sehingga si penumpang tidak ada rasa takut dengan pelayanan dari mulai berangkat sampai ke tujuan.
3. Lion Air perlu meningkatkan kepercayaan dan keyakinan kepada penumpang yang bebas dari bahaya fisik, resiko, dan keragu-raguan.
4. Meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan harga layanan yang didapat oleh konsumen misalnya dalam pengiriman barang cepat sampai dan aman ke tempat tujuan.
5. Meningkatkan program potongan harga pada setiap layanan Lion Air tidak hanya untuk layanan penumpang, tetapi layanan yang biasa saja juga diberikan diskon sehingga konsumen merasa terbantu dengan adanya diskon.

Saran untuk akademisi yaitu:

1. Menambah variabel bebas dalam penelitian ini. Misalnya pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen.
2. Sebelum memilih objek penelitian, peneliti berikutnya lebih memperhatikan