

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian mengenai loyalitas konsumen ini berhasil memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan diawal adalah benar. Penelitian yang dilaksanakan di terminal 1A Bandara Internasional Soekarno-Hatta dari bulan Maret sampai bulan Mei memberikan hasil sebagai berikut.

Terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra perusahaan dengan loyalitas konsumen. Jika citra perusahaan meningkat, maka loyalitas konsumen pada maskapai penerbangan Lion Air di terminal 1A Bandara Internasional Soekarno-Hatta akan meningkat begitupun sebaliknya.

Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen. Jika kepuasan konsumen meningkat, maka loyalitas konsumen pada maskapai penerbangan Lion Air di terminal 1A Bandara Internasional Soekarno-Hatta akan meningkat begitupun sebaliknya.

Terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra perusahaan dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka beberapa implikasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini diantaranya adalah pada

dimensi kognatif dengan indikator anggapan terhadap penyedia jasa yang memiliki nilai responden terendah. Hal ini menunjukkan masih banyak keraguan dari konsumen terhadap penyedia jasa. Sebagai penyedia jasa, Lion Air dituntut untuk selalu memiliki komitmen yang kuat. Komitmen itulah yang harus dijaga dan yang akan membuat konsumen yakin kepada penyedia jasa tersebut.

Indikator lain yang memiliki persentase responden rendah adalah faktor warna dari dimensi *corporate identity* sebesar 3,99%. Menunjukkan bahwa warna yang menjadi salah satu identitas perusahaan agar mudah diingat tidak diperhatikan oleh para penumpang.

Pada dimensi kualitas pelayanan terdapat indikator dengan persentase responden terendah yaitu sebesar 6,10% adalah kejelasan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa sering terjadi ketidakjelasan terhadap informasi yang diperoleh penumpang. Informasi ini bisa berupa jadwal penerbangan. Ketepatan jadwal penerbangan adalah hal yang sangat penting bagi penumpang. Maka dari itu penyedia jasa diwajibkan memberikan kepastian akan informasi.

C. Saran

Berdasarkan implikasi yang telah dikemukakan, maka beberapa saran dari hasil penelitian ini adalah manajemen perusahaan diajarkan untuk lebih memperhatikan penyampaian informasi mengenai jadwal penerbangan. Dianjurkan pula agar pihak manajemen dapat memperhatikan jadwal

penerbangan dan memperkecil kemungkinan terjadinya keterlambatan jadwal penerbangan dari jadwal yang telah ditetapkan. Hal ini tentunya akan meningkatkan citra perusahaan dan kepuasan konsumen. Perusahaan diharapkan dapat tetap fokus beroperasi sebagai *low cost airlines* yang kompetitif dan professional.