

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan AirAsia Indonesia terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung” maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan AirAsia cabang Kota Bandung. Hal ini menandakan bahwa dengan memberikan fasilitas pelayanan yang memadai, memberikan perhatian kepada pelanggan, memberikan respon yang cepat, kenyamanan dalam melakukan penerbangan yang baik akan berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan.
2. *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) yang dilakukan oleh maskapai penerbangan AirAsia Cabang Kota Bandung sudah berjalan cukup dengan baik, yang mana sebagian besar pelanggan memberikan tanggapan setuju mengenai *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Tetapi pada bagian atribut *empathy* masih ada kekurangan, karena jawaban pelanggan banyak yang ragu-ragu atau netral, hal ini disebabkan maskapai penerbangan AirAsia kurang mampu mengerti keluhan pelanggan dan menangani keluhan pelanggan dengan peduli dan personal.
3. Loyalitas pelanggan di maskapai penerbangan AirAsia sudah baik, hal ini dilihat dari tanggapan pelanggan mengenai pelanggan akan menceritakan hal-hal positif

yang responden peroleh dari AirAsia kepada orang lain. Kemudian responden akan memberikan rekomendasi pihak lain untuk menggunakan layanan AirAsia. Responden pun akan menggunakan layanan AirAsia kembali di masa yang akan datang. Dan AirAsia pun merupakan pilihan utama responden jika ingin menggunakan layanan jasa transportasi udara.

4. Secara keseluruhan bahwa *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) dan kepuasan pelanggan mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di maskapai penerbangan AirAsia. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 0,461 (46,1%), dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yaitu, gaya hidup, status sosial, harga.
5. Tidak terdapat interaksi antara *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) dan kepuasan konsumen. Dimana $H_1 > 0,05$ yaitu $0,616 > 0,05$. Dengan demikian kepuasan pelanggan tidak terbukti sebagai variabel moderasi.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan kepada perusahaan jasa AirAsia Indonesia, yaitu:

1. Karyawan dianjurkan untuk tetap memperhatikan dan mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan, hendaknya pihak perusahaan memberikan sanksi bagi mereka yang melanggar ketentuan pelayanan, kecepatan waktu dalam pelayanan yang sangat memengaruhi pelayanan sehingga pihak perusahaan menentukan standar waktu pelayanan, seperti ketepatan, kecepatan dalam memberikan penjelasan. Maka rekomendasi yang diajukan agar diadakan *training* yang berkaitan dengan peningkatan *skill* karyawan.

2. Selain kecepatan pelayanan, tanggapan, dan keramahan sangat diutamakan, rekomendasi perusahaan hendaknya mengadakan *training* kepada karyawan berupa *training* yang bersifat peningkatan motivasi kerja.
3. Tetap menjaga hubungan yang terbina dengan baik kepada para pelanggan dengan tetap memfokuskan komitmen karyawannya agar tetap memperhatikan dan meningkatkan jalinan komunikasi yang baik dengan pelanggan dalam setiap keluhan yang dirasakan pelanggan.
4. Tetap memperhatikan setiap biaya transaksi yang menjadi konsekuensi dalam memanfaatkan jasa maskapai penerbangan agar sepadan dengan layanan yang diterima pelanggan dengan selalu mengadakan evaluasi secara berkelanjutan terhadap harga biaya-biaya serta kualitas layanan kepada pelanggan dengan selalu memperhatikan tingkat persaingan yang ada.
5. Selalu melaksanakan layanan-layanan yang dijanjikan tepat waktu dan dapat diandalkan.
6. Direkomendasikan kepada para karyawan agar tetap menjaga citra perusahaan yang baik dalam melaksanakan pelayanan kepada pelanggan hal tersebut dapat dilihat dari fasilitas yang lengkap, *counter* yang bersih dan penampilan yang rapi serta penjelasan karyawan AirAsia Indonesia cabang Bandung yang tepat dalam mengatasi permasalahan pelanggan.
7. Dalam melakukan penelitian berikutnya agar menambahkan jumlah sampel yang bertujuan agar kepuasan pelanggan terbukti sebagai variabel moderasi.