

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah strategi bauran pemasaran berdasarkan *7P's of Marketing* yang dilakukan Air Asia pada pasar Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Dari *7P' of marketing* yang terdiri dari *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotions* (Promosi), *People* (Pegawai), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Processes* (proses), maka hanya 4 variabel yaitu promosi, harga, pegawai dan bukti fisik yang mendapatkan nilai tinggi dari responden, sedangkan 3 variabel sisanya yaitu produk, bukti fisik dan proses hanya mendapatkan penilaian yang sedang. Penilaian tinggi dari responden tersebut menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan Air Asia memiliki pengaruh yang kuat terhadap penjualan tiket, begitu juga harga tiket pesawat Air Asia yang lebih murah dibandingkan maskapai lainnya, selain itu faktor keramahan dari pegawai Air Asia baik yang berada di *Ground* maupun di dalam pesawat juga berpengaruh terhadap persepsi positif dari responden. Dan yang terakhir faktor bukti fisik, dimana responden merasa nyaman ketika berada di ruang tunggu maupun di dalam pesawat.

Sehingga dengan 4 bauran pemasaran yang dinilai tinggi oleh responden tersebut itulah, Air Asia mampu mempertahankan pasarnya di Kota Bandung.

Namun meskipun begitu ketiga variabel bauran pemasaran yang dinilai sedang oleh responden bukan berarti tidak berpengaruh terhadap penjualan tiket di pasar Kota Bandung.

5.2 Saran

Berkaitan dengan penelitian ini, maka saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Air Asia hendaknya lebih meningkatkan lagi dalam promosinya, tujuannya selain agar masyarakat lebih mengenal Air Asia, juga agar dapat meningkatkan persaingan dengan maskapai penerbangan lain dan bisa memimpin pangsa pasar.
2. Air Asia lebih memperluas lagi jangkauan rute penerbangannya, sehingga konsumen dari tiap kota di Indonesia bisa menggunakan jasa Air Asia.
3. Air Asia hendaknya lebih mempertinggi frekuensi jadwal penerbangannya, sehingga calon penumpang dapat dengan mudah menyesuaikan jadwal penerbangan sesuai dengan kebutuhannya.
4. Bagi penelitian lain yang juga ingin meneliti tentang strategi pemasaran, hendaknya lebih menganalisis lebih dalam terutama dari segi implementasinya.