

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dalam penelitian ini dengan cara survey pada konsumen dengan memberikan kuesioner dan setelah diolah mengenai pengaruh *e-service* terhadap keputusan pembelian konsumen pada perusahaan penerbangan Air Asia Indonesia, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pertanyaan keandalan dari *e-service*: (1) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan *e-service* yang disediakan Air Asia dipresentasikan secara akurat melalui situs *web* Air Asia sebanyak 152 responden dengan presentase 76.0%. (2) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda dapat melakukan pembelian tiket penerbangan Air Asia dari situs *web* Air Asia sebanyak 118 responden dengan presentase 59.0%. (3) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan proses pemesanan tiket dari situs *web* Air Asia berlangsung dengan cepat sebanyak 124 responden dengan presentase 62.0%. (4) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan situs *web* Air Asia mudah dan dapat diakses dari aplikasi *web browser* apa saja sebanyak 114 responden dengan presentase 57.0%.
2. Berdasarkan pertanyaan desain situs *web* dari *e-service*: (5) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan situs *web* Air Asia memberikan informasi yang jelas dan akurat sebanyak 137 responden dengan presentase 68.5%. (6) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan informasi pada situs *web* Air Asia menghemat waktu anda sebanyak 118 responden dengan presentase 59.0%. (7) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat pada situs *web* Air Asia sebanyak 111 responden dengan presentase 55.5%. (8) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan tingkat personalisasi situs *web* Air Asia sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sebanyak 107 responden dengan presentase 53.5%. (9) Jumlah

responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan desain situs *web* Air Asia berwarna dan menarik perhatian sebanyak 109 responden dengan presentase 54.5%.

3. Berdasarkan pertanyaan keamanan/privasi dari *e-service*: (10) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan data privasi pelanggan terlindungi, ketika bertransaksi melalui situs *web* Air Asia sebanyak 125 responden dengan presentase 62.5%. (11) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda merasa aman bertransaksi dengan situs *web* Air Asia (tidak ada penipuan) sebanyak 108 responden dengan presentase 54.0%. (12) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan situs *web* Air Asia cukup aman untuk melakukan pembayaran menggunakan *Paypal, Internet Banking, Visa, Credit Card*, dan *Master Card* sebanyak 121 responden dengan presentase 60.5%.
4. Berdasarkan pertanyaan layanan pelanggan dari *e-service*: (13) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan Air Asia bersedia dan siap merespon kebutuhan pelanggan baik melalui *e-service* maupun secara langsung sebanyak 118 responden dengan presentase 59.0%. (14) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan Air Asia dengan cepat dan sigap merespon pelanggan ketika mendapatkan kesulitan sebanyak 107 responden dengan presentase 53.5%. (15) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan Air Asia memberikan banyak pilihan layanan kepada pelanggan sebanyak 141 responden dengan presentase 70.5%.
5. Berdasarkan pertanyaan dari keputusan pembelian: (1) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda mengetahui keberadaan cabang/kantor layanan penerbangan Air Asia sebanyak 84 responden dengan presentase 42.0%. (2) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda mengetahui *e-service* yang disediakan maskapai penerbangan Air Asia sebanyak 128 responden dengan presentase 64.0%. (3) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda mengetahui informasi dan layanan melalui situs *web* Air Asia sebanyak 130 responden dengan presentase 65.0%. (4) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda mengetahui rute penerbangan Air Asia melalui situs *web* Air Asia sebanyak 98 responden dengan presentase 49.0%. (5) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda sering membuka *situs web* Air

Asia untuk mendapatkan informasi terbaru sebanyak 92 responden dengan presentase 46.0%. (6) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda mengetahui prosedur pemesanan tiket melalui situs *web* Air Asia secara lengkap dan jelas sebanyak 115 responden dengan presentase 57.5%. (7) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda tertarik untuk melakukan pembelian tiket melalui situs *web* Air Asia secara lengkap dan jelas sebanyak 112 responden dengan presentase 56.0%. (8) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan Anda yakin memilih Air Asia sebagai maskapai penerbangan terbaik sebanyak 103 responden dengan presentase 51.5%. (9) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda memiliki keinginan untuk melakukan pembelian melalui situs *web* Air Asia sebanyak 128 responden dengan presentase 64.0%. (10) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda hanya mencari Air Asia apabila anda ingin melakukan penerbangan sebanyak 96 responden dengan presentase 48.0%. (11) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda puas dengan *e-service* dan penerbangan yang disediakan Air Asia sebanyak 119 responden dengan presentase 59.5%. (12) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda mendapatkan pelayanan yang memuaskan bersama Air Asia sebanyak 115 responden dengan presentase 57.5%. (13) Jumlah responden yang menjawab setuju tentang pertanyaan anda ingin melakukan pemesanan tiket penerbangan lagi melalui *e-service* yang disediakan Air Asia sebanyak 138 responden dengan presentase 69.0%.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *e-service* (keandalan, desain situs *web*, keamanan/privasi, layanan pelanggan) Air Asia Indonesia berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 57.5% sedangkan 42.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Air Asia adalah salah satu maskapai penerbangan yang cukup ternama dalam kategori penerbangan baik di Indonesia maupun di beberapa negara lainnya dimana telah dikenal baik oleh para konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dari *e-service* (Keandalan/Pemenuhan, Desain Situs *Web*, Keamanan/Privasi, dan Layanan Pelanggan) terlihat bahwa keempat subvariabel *e-service* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Oleh karena itu diharapkan bagi pihak yang terkait dapat mampu untuk menjaga dan meningkatkan *e-service* yang telah terbentuk sampai sekarang ini, karena industri jasa penerbangan memiliki banyak kompetitor-kompetitor domestik maupun internasional serta konsumen yang luas. Selain itu juga diharapkan agar Air Asia terus meningkatkan kualitas penerbangan baik dari sisi *e-service* maupun dari sisi infrastruktur pesawat dan tenaga kerja professional serta kompeten.

2. Implikasi Manajerial

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih dalam lagi dengan cara menambahkan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga bisa dengan menambahkan jumlah responden yang lebih banyak agar hasil pengujian dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan pengambilan sampel responden yang pernah membeli tiket penerbangan melalui *e-service* atau pernah menggunakan layanan *e-service* Air Asia Indonesia di kota Bandung.
2. Variabel yang diteliti hanya sedikit. Untuk penelitian lebih lanjut dapat mengembangkan lebih dalam, menambahkan variabel-variabel lain atau faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Untuk penelitian lebih lanjut ruang lingkup penelitian dapat di maksimalkan dan pemilihan responden dapat diperluas.
4. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey menggunakan kuesioner terhadap sampel di beberapa daerah kota Bandung.
5. Keterbatasan waktu dalam perolehan data, sehingga kurang tersebar dan tidak bervariasi.