

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS dan pembahasannya, disusun beberapa simpulan sebagai berikut sesuai dengan rumusan masalah penelitian:

1. Kualitas Pelayanan memiliki kontribusi terhadap Minat Beli Ulang, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan, maka akan mempengaruhi minat beli ulang seorang konsumen pada penggunaan Maskapai Citilink.
2. Persepsi Harga tidak memiliki kontribusi terhadap Minat Beli Ulang, hal ini menunjukkan bahwa sesuai tidaknya Persepsi Harga seorang konsumen belum tentu mempengaruhi Minat Beli Ulang pada penggunaan Maskapai Citilink. Dikarenakan persepsi harga tiap individu tidaklah sama, tergantung bagaimana persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh kemampuan dan lingkungannya. Hal ini sesuai dengan hasil deskripsi penelitian yaitu responden terbanyak adalah berpendidikan D4/S1 serta berprofesi sebagai karyawan/PNS.
3. Kepuasan Pelanggan memiliki kontribusi sebagai variabel intervening antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa mampu memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan

merasa puas, dan apabila pelanggan merasa puas maka akan timbul minat pembelian ulang.

4. Kepuasan Pelanggan tidak terbukti sebagai intervening antara Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang, hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga yang ada di benak konsumen berbeda-beda, sehingga belum mampu memenuhi kepuasan atau harapannya untuk melakukan pembelian ulang. Hasil responden terbanyak merupakan PNS/karyawan, bisa jadi mereka menggunakan maskapai Citilink lebih mengesampingkan masalah harga karena biaya akomodasi mereka ditanggung oleh instansi terkait.

5.2 Saran

Sehubungan dengan permasalahan dari hasil Analisa data yang telah disajikan dihasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang bermanfaat antara lain:

1. Kualitas pelayanan menjadi hal yang paling mempengaruhi dalam hal minat beli ulang, sehingga maskapai Citilink hendaknya mengedepankan masalah pelayanannya terutama pada *ground handling staff* dan *cabin crew*.
2. Maskapai Citilink hendaknya memiliki harga bervariasi sesuai dengan jarak penerbangan serta terjangkau untuk konsumen.

3. Meningkatkan *branding* sehingga konsumen akan selalu menggunakan maskapai Citilink saat memilih akomodasi penerbangan.
4. Memberikan kode *referral* atau diskon khusus untuk konsumen yang bersedia merekomendasikan kepada orang lain, agar semakin banyaknya orang yang mengetahui maskapai Citilink.