

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data, pembahasan, dan analisis diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Garuda Indonesia, yang memiliki arti jika promosi garuda ditingkatkan maka akan sejalan dengan keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Garuda Indonesia, yang memiliki arti jika citra merek garuda mengalami kenaikan maka akan sejalan dengan keputusan pembelian konsumen.
3. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Garuda Indonesia, yang memiliki arti jika kualitas pelayanan garuda ditingkatkan maka akan sejalan dengan keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Garuda Indonesia diharapkan untuk mempertahankan promosi yang telah dilakukan secara efektif, karena telah terbukti promosi yang dilakukan garuda telah tepat waktu sehingga dapat menarik pelanggan dan juga telah memberikan para konsumen atau pangsa pasar waktu promosi yang tepat agar bisa mencoba terbang bersama Garuda Indoensia. Dikemudian hari diharapkan untuk ditingkatkan agar dapat selalu menarik perhatian konsumen.

2. Garuda Indonesia diharapkan dapat mempertahankan keunikan yang dimiliki perusahaan saat ini, karena keunikan yang dimiliki Garuda Indonesia telah terbukti menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk memilih maskapai Garuda Indonesia. Tentunya kedepannya diharapkan dapat ditingkatkan agar terus tetap menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk terbang bersama Garuda Indonesia
3. Garuda Indonesia diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanannya karena kualitas pelayanan yang dimiliki Garuda Indonesia saat ini dirasa telah memberikan rasa aman dan nyaman serta telah menjadi salah satu maskapai dengan kualitas pelayanan yang terbaik dibanding maskapai lainnya.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan subjek penelitian, tidak hanya berfokus pada satu subjek penelitian saja. Dengan adanya dua subjek atau lebih diharapkan bisa menjadi perbandingan antara subjek-subjek tersebut, terutama dalam bidang promosi, citra merek, maupun kualitas pelayanan dalam masing-masing maskapai yang telah dijadikan subjek penelitian. Peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan variabel-variabel lain seperti persepsi harga, social influence, dan masih banyak lagi variabel yang bisa dimasukkan pada Penelitian selanjutnya.