

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Semakin baik citra perusahaan Maskapai Garuda Indonesia, maka akan meningkatkan minat beli pada Maskapai Garuda Indonesia di masyarakat Kabupaten Sidoarjo
2. Semakin baik *electronic word of mouth* Maskapai Garuda Indonesia, maka akan meningkatkan minat beli pada Maskapai Garuda Indonesia di masyarakat Kabupaten Sidoarjo
3. Semakin baik persepsi harga Maskapai Garuda Indonesia, maka akan meningkatkan minat beli pada Maskapai Garuda Indonesia di masyarakat Kabupaten Sidoarjo

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan temuan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kinerja MASKAPAI GARUDA INDONESIA. Saran-saran ini tidak hanya ditujukan untuk perbaikan praktis di lapangan, tetapi juga untuk mendorong penelitian lebih lanjut yang dapat memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli

konsumen dalam industri penerbangan. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan Garuda Indonesia dapat terus menginvestasikan dalam program pelatihan dan pengembangan yang komprehensif untuk awak kabin.
2. Sebaiknya Garuda Indonesia dapat mengembangkan kampanye pemasaran yang dirancang untuk mendorong pelanggan yang puas untuk berbagi pengalaman positif mereka secara online.
3. Garuda Indonesia perlu mempertimbangkan untuk mengadopsi strategi penetapan harga yang dinamis, di mana harga tiket dapat disesuaikan secara otomatis berdasarkan permintaan, waktu pemesanan, dan faktor-faktor lainnya. Ini dapat membantu maskapai menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing, terutama dalam situasi di mana permintaan tiket rendah.
4. Penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi pengaruh variabel kontekstual lainnya yang mungkin mempengaruhi minat beli, seperti faktor ekonomi, tren pasar, atau perubahan dalam preferensi konsumen. Memasukkan variabel-variabel ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika pasar penerbangan.