

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data terkait pengaruh *Price Perception*, *Service Quality*, serta *Word of Mouth* terhadap *Purchase Intention*, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.:

1. *Price Perception* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* pada maskapai Super Air Jet.
2. *Service Quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* pada maskapai Super Air Jet.
3. *Word of Mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* pada maskapai Super Air Jet.
4. *Price Perception*, *Service Quality*, dan *Word of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* pada maskapai Super Air Jet.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Super Air Jet diharapkan dapat menjaga persepsi harga yang baik dengan menawarkan harga tiket yang sesuai dengan kualitas layanan sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen.

2. Maskapai Super Air Jet diharapkan mampu terus meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen memperoleh pengalaman yang memuaskan sehingga dapat mendorong terciptanya *Word of Mouth* yang positif di masyarakat.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan kajian ini dengan memasukkan variabel tambahan yang diduga dapat memberikan pengaruh terhadap *Purchase Intention* pada maskapai, sehingga tidak hanya berfokus pada *Price Perception*, *Service Quality*, dan *Word of Mouth*.