

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan hasil penelitian sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, pada bagian akhir ini penulis mengemukakan beberapa kesimpulan penelitian dan saran. Secara ringkas hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi *price fairness* penumpang pada harga tiket di Garuda Indonesia Bandung berada dalam kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden terhadap angket variabel *price fairness* yang mendapat penilaian tinggi dengan penjelasan sebagai berikut:
  - a. *Treatment experience* memperoleh penilaian tertinggi menurut responden karena *treatment experience* merupakan pengalaman aktual yang dialami responden saat menerima pelayanan Garuda Indonesia.
  - b. *Price knowledge* dan *price information* memperoleh penilaian terendah karena belum optimalnya penggunaan media sosial sebagai sarana informasi antara perusahaan dan penumpang.
2. Kepuasan penumpang Garuda Indonesia Bandung berada dalam kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah skor jawaban jawaban responden terhadap angket variabel kepuasan penumpang yang mendapat penilaian tinggi. Responden menyetujui bahwa penerbangan menggunakan maskapai Garuda Indonesia biasanya merupakan pengalaman yang memuaskan.
3. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh antara *price fairness* terhadap kepuasan penumpang Garuda Indonesia di Bandung secara simultan maupun parsial. Pengaruh *price fairness* terhadap kepuasan penumpang secara simultan terbilang cukup besar, secara parsial dimensi *treatment experience* memiliki pengaruh terbesar diikuti oleh dimensi *price knowledge*, sedangkan pengaruh terkecil adalah *price information*. Keempat dimensi dari *price fairness* mempengaruhi kepuasan

Masroulina, 2014

*Pengaruh Price Fairness Terhadap Kepuasan (Survey Pada Wisatawan Member Garuda Miles Di Bandung)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penumpang secara positif sehingga semakin besar nilai *treatment experience*, *price knowledge*, *price expectation*, dan *price information* akan membuat nilai kepuasan penumpang menjadi lebih besar dan begitu pula sebaliknya.

## 5.2 Rekomendasi

### 5.2.1 Perumusan Tujuan

Menciptakan persepsi *price fairness* merupakan salah satu kriteria penting untuk memastikan kepuasan penumpang terutama dalam perusahaan maskapai yang *full-service carrier*. Jika menurut penumpang suatu struktur harga itu wajar, maka mereka akan menjaga hubungan selama mungkin. Sehingga untuk memperoleh kepuasan penumpangnya, maskapai Garuda Indonesia sebaiknya mengembangkan strategi yang komprehensif dengan menjadikan *price fairness* sebagai salah satu elemennya. Dengan demikian, Garuda Indonesia diharapkan dapat berperan optimal dalam menciptakan kepuasan penumpang Garuda Indonesia di Bandung. Banyak peningkatan yang bisa dilakukan seperti menambah tingkat *price knowledge*, *price expectation* dan *price information*. Serta memelihara *treatment experience* supaya tetap baik.

### 5.2.2 Pemetaan Strategi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa rekomendasi berikut ini:

**TABEL 5.1**  
**PEMETAAN STRATEGI**

<i>Business to Maintain</i>	<i>Business to Improve</i>
<p><b><i>Treatment Experience:</i></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah rute dan frekuensi penerbangan antar provinsi.</li> <li>2. Pengadaan fasilitas <i>lounge</i> dan <i>baggage collection</i> di bandara non-hub (<i>2nd cities</i>).</li> <li>3. Penambahan peran baru (<i>Maitre d’Cabin</i>) pada layanan standar <i>in-flight</i> tidak hanya pada penerbangan kelas satu</li> </ol>	<p><b><i>Price Knowledge:</i></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan keakuratan harga tiket yang tertera secara online agar lebih meyakinkan.</li> <li>2. Meningkatkan keakuratan dalam menghitung setiap 1 point miles yang dihasilkan.</li> <li>3. Meningkatkan nilai point yang ditukar melalui bank.</li> </ol>
	<p><b><i>Price Expectation:</i></b></p>

<i>Business to Maintain</i>	<i>Business to Improve</i>
dan kelas eksekutif saja, tetapi juga pada kelas bisnis dan kelas ekonomi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan variasi harga dengan tarif yang wajar, unggul dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.</li> <li>2. Point miles yang dihasilkan pada penerbangan sebelumnya tidak terhapus.</li> <li>3. Penambahan fasilitas yang bisa digunakan untuk member pemula.</li> <li>4. Meningkatkan fungsi kartu GarudaMiles sebagai kartu serba guna atau sebagai voucher belanja.</li> </ol>
	<p><b>Price Information:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemberian informasi dilakukan tidak hanya melalui e-mail, tetapi juga melalui media sosial lainnya (mis. BBM/ Line/ SMS).</li> <li>2. Meningkatkan kejelasan informasi serta keterangannya agar lebih akurat dan mudah dipahami pembeli tiket.</li> </ol>

### 5.2.3 Operasionalisasi Strategi dan Rencana Tindakan

**TABEL 5.2**  
**OPERASIONALISASI STRATEGI DAN RENCANA TINDAKAN**

No.	Saran yang Diajukan	Penanggung Jawab	Sumber Daya	Waktu Pelaksanaan
1.	Memperbanyak rute dan frekuensi penerbangan antar provinsi dari Bandung.	<i>Fleet Management</i>	Terlaksananya penambahan rute dan frekuensi GI Bandung dan update rutin atas jalur-jalur tertentu.	Saat ada permintaan yang cukup tinggi atas rute tertentu.
2.	Pengadaan fasilitas <i>lounge</i> dan <i>baggage collection</i> di bandara non-hub ( <i>2nd cities</i> ).	<i>Ground Operations</i>	Pengadaan <i>lounge</i> dan <i>baggage collection</i> GI di bandara Husein Bandung.	Strategi konstruksi untuk jangka panjang.
3.	Penambahan peran baru ( <i>Maitre d'Cabin</i> ) pada layanan standar <i>in-flight</i> tidak hanya pada penerbangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Airworthines</i></li> <li>- <i>Management</i></li> <li>- <i>Flight Operation</i></li> <li>- <i>Cabin Crew</i></li> </ul>	Terlaksananya penambahan personil <i>Maitre d'Cabin</i> (yang bertugas memastikan semua service	Setiap penerbangan dengan GI dari Bandung.

Masroulina, 2014

Pengaruh Price Fairness Terhadap Kepuasan (Survey Pada Wisatawan Member GarudaMiles Di Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Saran yang Diajukan	Penanggung Jawab	Sumber Daya	Waktu Pelaksanaan
	kelas eksekutif saja, tetapi juga pada kelas ekonomi.		berjalan sesuai prosedur) pada <i>Cabin Crew</i> untuk melayani penerbangan kelas ekonomi.	
4.	Meningkatkan keakuratan harga tiket yang tertera secara online agar lebih meyakinkan.	<i>Network Management</i>	Terlaksananya pengakuratan harga tiket yang tertera secara online dan penambahan kolom ketersediaan seat.	Setiap hari rutin update <i>flight fares</i> sesuai ketersediaan seat.
5.	Meningkatkan keakuratan dalam menghitung setiap 1 point miles yang dihasilkan.	<i>Revenue Management</i>	Terlaksananya pengakuratan perhitungan setiap 1 miles yang dihasilkan.	Setiap kali penumpang melakukan <i>eligible flight</i> -nya.
6.	Meningkatkan nilai point yang ditukar melalui bank.	<i>Revenue Management</i>	Diterapkannya regulasi nilai point miles yang ditukar melalui bank.	Dalam jangka waktu seminimal mungkin.
7.	Mengembangkan variasi harga dengan tarif yang wajar, unggul dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.	<i>Revenue Management</i>	Terselenggaranya promo harga tiket penerbangan atau bonus miles.	Minimal tiga bulan sekali dilakukan promo tiket.
8.	Point miles yang dihasilkan pada penerbangan sebelumnya tidak terhapus.	<i>Revenue Management</i>	Diterapkannya pengembalian point yang hilang atau hangus.	Setiap tahun dilakukan pengecekan <i>point</i> .
9.	Penambahan fasilitas yang bisa digunakan untuk member pemula.	<i>Ground Management</i>	Diterapkannya regulasi tambahan yakni fasilitas <i>lounge</i> dan <i>baggage handling</i> untuk member	Penambahan fasilitas dilakukan setiap tahun.

No.	Saran yang Diajukan	Penanggung Jawab	Sumber Daya	Waktu Pelaksanaan
			<i>Blue.</i>	
10.	Meningkatkan fungsi kartu GarudaMiles sebagai kartu serba guna atau sebagai voucher belanja.	<i>Customer Loyalty</i>	Peningkatan jaringan untuk menerapkan kartu GarudaMiles menjadi kartu serbaguna, misalnya voucher belanja.	Dilakukan pada saat memiliki jaringan yang sesuai untuk kartu GarudaMiles sebagai voucher belanja.
11.	Pemberian informasi dilakukan tidak hanya melalui e-mail, tetapi juga melalui media sosial lainnya (mis. BBM/ Line/ SMS).	<i>Network Management</i>	Terlaksananya pemberian informasi yang akurat dan dengan melalui BBM/ Line/ SMS.	Setiap kali kondisi dimana perlu memberitahu calon penumpang terkait informasi penerbangannya.
12.	Meningkatkan kejelasan informasi serta keterangannya agar lebih akurat dan mudah dipahami pembeli tiket.	<i>Network Management</i>	Terlaksananya pemberian informasi dengan menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami pembeli tiket.	Setiap kali kondisi <i>delay</i> atau kondisi dimana perlu memberitahu calon penumpang terkait informasi penerbangannya.