

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan regresi linear sederhana antara *service convenience* terhadap kepuasan pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink. (Survei pada konsumen *low cost carrier* Citilink rute Bandung-Denpasar di Bandara Husein Sastranegara Bandung) berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai pelaksanaan *service convenience* yang dilaksanakan oleh Citilink, dinilai oleh pengguna jasa termasuk pada kategori cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *service convenience* telah dilaksanakan dengan baik oleh Citilink. Dimensi *transaction convenience* merupakan dimensi yang memiliki penilaian yang paling tinggi dalam mempengaruhi *service convenience* konsumen maskapai penerbangan Citilink. Sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dalam mempengaruhi *service convenience* adalah *decision convenience*.
2. Gambaran dari kepuasan dapat diukur berdasarkan dimensinya yaitu *serviceability*, *accessibility*, *communication*, *competence*, *courtesy*, *reliability*, *security*, *tangibles*, dan *understanding customer*. Dimensi *communication* yang memiliki penilaian paling tinggi dari pengguna jasa, adalah penyampaian informasi karyawan yang mudah dimengerti oleh

konsumen. Hal ini dikarenakan pengguna memiliki keterlibatan yang tinggi dengan para karyawan Citilink dalam memberikan informasi mengenai jadwal penerbangan, info reservasi dan pemesanan tiket.

3. *Service convenience* memiliki pengaruh terhadap kepuasan dengan koefisien determinasi sebesar 54,7%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pelaksanaan *service convenience* Citilink, maka akan semakin baik kepuasan pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *service convenience* terhadap kepuasan, yaitu:

1. Pelaksanaan *service convenience* yang telah dilakukan Citilink secara menyeluruh memiliki pengaruh yang signifikan dan dikategorikan baik pengaruhnya terhadap kepuasan, namun terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan perbaikan terkait yaitu pada rute-rute yang disediakan Citilink masih kurang dapat menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian tiket, konsumen lebih memilih rute-rute yang menjadi lintas komoditas utama sebagai tujuan wisata dan industri. Citilink lebih fokus pada pangsa pasar regional dan mengambil rute penerbangan wilayah Indonesia timur, tetapi Citilink perlu menambah rute-rute yang berpotensi meningkatkan jumlah pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink.
2. Pelaksanaan *service convenience* yang dilakukan oleh Citilink bertujuan agar dapat meningkatkan kepuasan pengguna akan jasa maskapai penerbangan

Mardalita Anugrowati, 2014

PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP KEPUASAAN PENGGUNA JASA MASKAPAI PENERBANGAN CITILINK

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

Citilink. Tanggapan responden mengenai dimensi kepuasan sudah baik, namun masih terdapat indikator yang harus diperbaiki yang dapat menjadi hambatan bagi peningkatan kepuasan konsumen Citilink yaitu pada dimensi *security*, terdapat indikator pada jaminan keselamatan penumpang, maka dari itu penulis menyarankan perusahaan agar mengupayakan keselamatan penumpang sebagai prioritas utama, menjaga keamanan dan kenyamanan penumpang selama didalam penerbangan.

3. Hasil penelitian menyatakan *service convenience* berpengaruh meningkatkan kepuasan pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink. Maka penulis merekomendasikan agar Citilink memberikan pelayanan yang aman, nyaman dan memberikan kemudahan konsumen mendapatkan pelayanan jasa Citilink, Citilink sebagai maskapai penerbangan berbiaya murah perlu menerapkan kualitas pelayanan yang baik, agar menjadi maskapai penerbangan *low cost carrier* yang terbaik agar dipahami oleh konsumen sebagai maskapai penerbangan yang menawarkan harga murah tetapi juga mengutamakan kenyamanan dan kemudahan pengguna jasa. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lain mengenai *service convenience* tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda.