

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan *path analysis* antara Kinerja Harga terhadap Reputasi dan Keputusan Menggunakan Maskapai Penerbangan maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja Harga di Air Asia, yang terdiri dari peranan alokasi dan peranan informasi memiliki penilaian yang cukup baik dari penumpang Air Asia, artinya peranan alokasi dan peranan informasi telah berjalan cukup baik.
2. Reputasi jasa penerbangan Air Asia memiliki penilaian yang cukup baik dari penumpang Air Asia, artinya *reliability*, *credibility*, *trustworthiness* dan *responsibility* telah berjalan dengan baik.
3. Keputusan menggunakan memiliki penilaian yang cukup baik dari penumpang jasa penerbangan Air Asia, artinya pilihan produk, pilihan penjualan, jumlah pesanan, waktu pemesanan, pilihan merek dan cara pembayaran telah berjalan cukup sesuai.
4. Kinerja Harga termasuk kedalam skor cukup tinggi, artinya peranan alokasi dan peranan informasi secara keseluruhan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi jasa penerbangan Air Asia. artinya semakin baik kinerja harga maka semakin baik reputasi jasa penerbangan Air Asia. Peranan alokasi memperoleh skor paling besar dalam menciptakan reputasi jasa penerbangan Air Asia, sedangkan yang memiliki nilai korelasi terendah adalah peranan informasi dalam menciptakan reputasi jasa penerbangan Air Asia.
5. Kinerja Harga yang terdiri dari peranan alokasi dan peranan informasi secara keseluruhan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Air Asia. Artinya semakin baik

**Anisa Rosdiana, 2013**

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kinerja harga maka semakin tinggi jumlah penumpang untuk memutuskan menggunakan jasa penerbangan Air Asia. Peranan alokasi memperoleh skor paling besar dalam meningkatkan jumlah penumpang jasa penerbangan Air Asia, sedangkan yang memiliki nilai terendah adalah peranan informasi dalam meningkatkan jumlah penumpang jasa penerbangan Air Asia.

6. Reputasi jasa penerbangan Air Asia termasuk kedalam kategori cukup baik, artinya *reliability*, *credibility*, *trustworthiness* dan *responsibility* secara keseluruhan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Air Asia. artinya semakin baik reputasi jasa penerbangan maka semakin tinggi jumlah penumpang yang memutuskan menggunakan jasa penerbangan Air Asia. *Responsibility* memperoleh skor paling besar dalam meningkatkan jumlah penumpang jasa penerbangan Air Asia. Sedangkan yang memiliki korelasi nilai terendah adalah *trustworthiness* dalam meningkatkan jumlah penumpang.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai analisis kinerja harga terhadap reputasi dan keputusan menggunakan maskapai penerbangan Air Asia. Maka Pihak Manajemen Air Asia, khususnya Manajemen Air Asia Indonesia dengan rute Bandung – Denpasar perlu melakukan upaya sebagai berikut:

1. Rekomendasi berkaitan dengan kinerja harga, yang berfungsi menjadi daya tarik bagi penumpang dalam hal peranan alokasi, melalui promosi ataupun diskon yang sering diberikan, misalkan dengan memberikan harga promo tiket dengan diikuti dengan harga bagasi promosi atau menghilangkan pembayaran – pembayaran lainnya khusus untuk penumpang yang menggunakan tiket promo, agar penumpang merasakan

**Anisa Rosdiana, 2013**

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

harga promo yang begitu rendah dibanding dengan maskapai lainnya. Namun masih ada beberapa penilaian penumpang terhadap kinerja harga yang dinilai kurang yaitu peranan informasi. Penilaian yang kurang dari penumpang disebabkan karena kurang terasanya kualitas yang diberikan oleh pihak Air Asia terhadap penumpang Air Asia dengan rute Bandung - Denpasar. Sehingga terkadang peranan informasi yang dirasakan penumpang Air Asia masih terasa kurang. Hal ini menjadi sebuah pelajaran baik manajemen Air Asia, pihak Manajemen Air Asia Indonesia harus bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang langsung dirasakan oleh penumpang misalnya dengan memberikan lebih banyak pembekalan terhadap karyawan agar lebih baik dalam memberikan pelayanan.

2. Pelaksanaan reputasi Air Asia terbukti mampu mempengaruhi penumpang untuk menggunakan maskapai penerbangan Air Asia, namun ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki.

Rekomendasi berkaitan dengan reputasi Air Asia. Lebih meningkatkan *Reliability* (keandalan pelayanan), lebih mengerti harapan dari penumpang terhadap produk yang ditawarkan sesuai dengan klain yang diberikan perusahaan. Lebih memperhatikan dalam hal pelayanan terhadap penumpang agar pelayanan yang diberikan dapat dirasakan oleh penumpang lebih baik dibanding dengan perusahaan maskapai lain yang menawarkan harga jauh lebih tinggi dari Air Asia.

*Credibility* (kredibilitas), lebih terbuka kepada penumpang tentang harga yang ditawarkan tanpa harus membayar biaya lain – lain, sehingga penumpang tidak merasa dibohongi. Dan memutuskan untuk menggunakan Air Asia.

*Trusworniness* (kepercayaan), lebih terbuka tentang harga sehingga penumpang percaya, lebih baik lagi memberikan pelayanan kepada penumpang sehingga penumpang percaya untuk menggunakan Air Asia,

memberikan kenyamanan kepada penumpang agar penuh merasa tenang selama melakukan perjalanan.

*Responsibility* (Tanggung jawab), lebih bertanggung jawab kepada penumpang seperti, cepat tanggap terhadap keluhan penumpang, jam keberangkatan harus sesuai dengan janji Air Asia kepada penumpang tidak terjadi delay, perusahaan harus cepat mengambil tindakan apabila terjadi delay. Menciptakan komunitas yang berkelas sehingga orang yang bergabung di dalamnya bisa merasa bangga dan meningkatkan prestisenya dalam menggunakan Air Asia. Komunitas juga harus disesuaikan dengan gaya hidup yang tidak kalah saing dengan perusahaan maskapai lainnya. Karena sebagian besar orang menggunakan komunitas untuk menunjukkan kelas sosialnya.

3. Upaya untuk meningkatkan keputusan menggunakan terbukti mampu mempengaruhi penumpang untuk menggunakan Air Asia, namun ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki, seperti lebih banyak memberikan promo tanpa harga membayar biaya – biaya yang lain sehingga penumpang memutuskan menggunakan maskapai penerbangan Air Asia. Perlu peningkatan kinerja harga secara keseluruhan dengan lebih baik lagi agar bisa menimbulkan reputasi yang baik, agar keputusan pembelian bisa meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen Air Asia Indonesia harus dapat memberikan kesan yang baik kepada penumpang melalui peningkatan pelayanan serta menambah berbagai promo dengan rute yang berbeda yang sering digunakan khususnya untuk rute Bandung - Denpasar. Selain itu peningkatan aspek lainnya juga perlu dilakukan untuk memberikan sesuatu yang berbeda dan lebih baik kepada para penumpang sehingga penumpang memutuskan untuk menggunakan Air Asia.

**Anisa Rosdiana, 2013**

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu