

## BAB V KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *regresi* sederhana antara *physical evidence* dan keputusan menggunakan, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran dari pelaksanaan *physical evidence* maskapai Batavia Air dengan rute penerbangan Jakarta-Padang dapat dilihat dari dimensi-dimensi yang terdiri dari : *facility design, equipment, signage, guarantee, dan employee dress* memperoleh nilai tinggi Hal ini menunjukkan bahwa *physical evidence* yang dilaksanakan dengan baik oleh Batavia Air, terutama pada dimensi *facility design* merupakan keunggulan dari Maskapai Batavia Air yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk menggunakan layanan penerbangan dari Batavia Air dan menjadi pembeda antara maskapai Batavia Air dan penerbangan lainnya.
2. Gambaran keputusan menggunakan maskapai Batavia Air dapat dijelaskan melalui pemilihan jasa, pemilihan merek, pemilihan saluran distribusi, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran yang merupakan dimensi yang mempengaruhi dalam keputusan menggunakan Maskapai Batavia Air. Dimensi pemilihan saluran distribusi dinilai paling tinggi hal ini menunjukkan bahwa konsep keputusan menggunakan lebih mengarah kepada perilaku pelanggan yang lebih memilih untuk mudah mendapatkan tiket, kenyamanan dalam pemesanan tiket dan kemudahan menemukan lokasi penjualan tiket.
3. *Physical evidence* maskapai Batavia Air memiliki pengaruh yang baik terhadap keputusan menggunakan dengan tingkat korelasi yang sedang. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin tinggi dan menarik *physical evidence* yang dilakukan maskapai Batavia Air maka akan semakin tinggi pula Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai program *physical evidence* terhadap keputusan menggunakan yaitu:

1. Pelaksanaan *physical evidence* telah terbukti mampu diterapkan dengan baik pada maskapai Batavia Air, namun masih ada beberapa penilaian pengguna jasa penerbangan terhadap *physical evidence* maskapai Penerbangan Batavia Air yang dinilai kurang yaitu *employee dress*, disebabkan karena pengguna maskapai Batavia Air merasa pakaian yang digunakan pramugari masih kurang rapi dimata pengguna maskapai Batavia Air
  - a. Disain interior pesawat hendaknya dibenahi dan didesain lebih nyaman dan lega bagi para penumpang
  - b. Toilet pesawat hendaknya diberikan petunjuk penggunaan yang baik dan benar agar meningkatkan kesadaran penumpang untuk menjaga kebersihan selama penerbangan berlangsung.
  - c. Maskapai Batavia Air hendaknya melakukan peremajaan pesawat kerana akan memberikan kepercayaan lebih kalau Batavia Air menggunakan armada yang baru.
  - d. Kenyamanan kursi penumpang hendaknya lebih ditingkatkan karena kepuasan penumpang dalam menggunakan maskapai Batavia Air tentu pada saat penerbangan berlangsung, yang penumpang harus nyaman juga duduk dikursi

penumpang selama penerbangan.

- e. Logo maskapai Batavia Air ternyata kurang menarik bagi responden dan hendaknya memberikan kesan kalau secara sekilas logo yang digunakan merupakan gambaran dari perusahaan dan dapat dicerna oleh semua kalangan.
- f. Konsumen dalam memilih sarana transportasi udara tentunya dengan pertimbangan kecepatan dan ketepatan waktu akan tetapi maskapai Batavia Air untuk tujuan Jakarta-Padang sering terjadi masalah dengan ketepatan waktu penerbangan.
- g. Pakaian yang digunakan pramugari hendaknya mempunyai standar yang tetap dan seragam karena sebagian pramugari sering menggunakan pakain yang terlalu kecil sehingga kesannya kurang sopan bagi responden

2. *Physical evidence* terbukti mampu mempengaruhi keputusan menggunakan pengguna untuk menggunakan maskapai Batavia Air, namun masih ada beberapa penilaian pengguna maskapai Batavia terhadap minat keputusan menggunakan, yaitu niat dalam memilih jasa dan jumlah pembelian. Redahnya keinginan untuk memilih dan pertimbangan jumlah pembelian menggunakan maskapai Batavia Air . Oleh karena itu Maskapai Batavia Air perlu lebih mempromosikan layanan jasa mereka kepada masyarakat karena dibandingkan maskapai penerbangan lainnya maskapai Batavia Air sangat jarang melakukan promosi.

- a. Konsumen sangat tidak mempertimbangkan untuk menggunakan Maskapai Batavia Air karena kurangnya promosi dan *event marketing* sehingga kurang dikenal dibandingkan maskapai lainnya.
- b. Responden yang merupakan mahasiswa merupakan karakteristik konsumen

yang tidak loyal sehingga sering berganti-ganti maskapai untuk transportasi udara hendaknya Pihak Batavia Air harus membangun brand image dan membangun kepercayaan terhadap merek penerbangan Batavia Air.

c. Kemudahan lokasi pembelian tiket hendaknya Batavia Air harus lebih selektif dalam mendistribusikannya kepada konsumen agar lebih dekat dengan konsumen.

3. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya pada maskapai Batavia Air para peneliti dapat mengangkat beberapa kekurangan permasalahan mengenai *service quality*, *communicability*, dan *marketing event*, *low cost carrier* dan Salah satu kendala yaitu rendahnya minat pengguna Maskapai Batavia Air. Perusahaan perlu mengubah persepsi pelanggan melalui strategi promosi dan peningkatan kualitas dan jaminan kepada konsumen sehingga Batavia Air memiliki *image* yang kuat di benak konsumen yang dapat menciptakan persepsi masyarakat *trust to fly* itu benar-benar maskapai Batavia Air.