

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dan regresi berganda, antara *experiential value* terhadap *behavioral intention* di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum tanggapan responden terhadap *experiential value* terdiri dari *functional value*, *value for money* dan *novelty value* mendapatkan penilaian yang tinggi. *Value for money* dalam *experiential value* memiliki presentase tinggi karena *value for money* merupakan hal yang penting bagi penumpang. Biaya perjalanan merupakan hal sensitif dimana penumpang perlu merasakan nilai yang sepadan untuk biaya yang dia keluarkan dalam melakukan penerbangan. Penting bagi penumpang untuk menerima harga yang dikeluarkan oleh maskapai penerbangan berdasarkan pelayanan yang akan mereka terima selama penerbangan. Selain itu penumpang juga perlu mengerti seberapa sesuai value yang dia terima dengan biaya yang mereka bayarkan kepada maskapai dalam melakukan penerbangan. Nilai terendah terdapat pada *functional value*, hal ini disebabkan karena banyak penumpang mengalami kerugian dan ketidakpuasan dikarenakan kurang terstukturnya pelayanan sebelum keberangkatan seperti proses *check-in* dan *cancel flight*.
2. Tanggapan penumpang mengenai *behavioral intention* sudah mendapatkan penilaian yang baik dari penumpang. Penilaian tertinggi diperoleh dari item pertanyaan niat untuk menggunakan kembali maskapai penerbangan Garuda Indonesia di masa mendatang, hal ini menunjukkan penumpang ingin kembali melakukan penerbangan dan menerima layanan penerbangan dari Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Penilaian terendah adalah pada indikator kesediaan memberikan tanggapan positif kepada orang lain mengenai Garuda Indonesia, hal ini menandakan masih banyak penumpang yang kurang memiliki niat untuk membicarakan hal positif mengenai Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia kepada orang lain, baik itu dikarenakan kurang membekasnya nilai pengalaman yang ditanamkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia

- atau kurang puasnya penumpang terhadap layanan yang diberikan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai *experiential value* terdapat 3 dimensi yaitu *functional value*, *value for money* dan *novelty value* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *experiential value* terhadap *behavioral intention* di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia sebagai berikut:

1. *Experiential value* merupakan salah satu strategi Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan *behavioral intention*. Implementasi dari pengaruh *experiential value* yang terdiri dari *functional value*, *value for money* dan *novelty value* di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia sudah dapat dikatakan baik, namun tentunya dalam hal ini masih terdapat kekurangan terutama pada salah satu subvariabel *experiential value* yaitu *functional value* yang memiliki nilai paling rendah dibandingkan dengan subvariabel lainnya. Dalam hal ini, rekomendasi yang disarankan oleh peneliti kepada pihak perusahaan adalah untuk meningkatkan pelayanan terutama dalam penanganan complain juga perubahan jadwal penerbangan sehingga penumpang tidak akan merasa dirugikan. Hal itu dapat berupa pemberian *service recovery* yang layak kepada penumpang apabila terjadi kesalahan selama penerbangan seperti pemberian buah tangan unik khas Indonesia atau yang memiliki kesan kuat dan membekas di benak penumpang. Kualitas pelayanan juga dapat ditingkatkan dengan cara menegaskan SOP pelayanan mulai dari *pre-flight service*, *in-flight service* dan *post-flight service*.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap *behavioral intention* di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia, penilaian *behavioral intention* terendah terdapat pada indikator pertanyaan kesediaan membicarakan hal positif kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang harus ditingkatkan oleh pihak Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia terutama pada kualitas pelayanan sebelum keberangkatan, selama penerbangan dan setelah penerbangan yang akan mendorong penumpang untuk membicarakan hal positif mengenai Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia kepada lingkungan sosialnya. Sebaiknya pihak

Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia terus fokus untuk berinovasi dalam setiap pelayanannya dan terus memberikan hal baru kepada penumpang dalam setiap penerbangannya seperti penggunaan Bahasa daerah dalam menyapa penumpang sebelum keberangkatan, penyediaan makanan-makanan tradisional selama penerbangan yang sesuai dengan cita rasa khas Indonesia, penggunaan nuansa nuansa Indonesia di setiap penerbangannya yang akan secara perlahan mempengaruhi penumpang untuk berbicara baik dan merekomendasikan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia kepada sekitarnya.

3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential value* yang terdiri dari *functional value*, *value for money* dan *novelty value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Namun, berdasarkan pengolahan data *experiential value* terdapat subvariabel yang memiliki pengaruh paling kecil yaitu *functional value*. Hal tersebut disebabkan oleh masih adanya pelayanan yang kurang maksimal dari pihak Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia sehingga berdampak pada ketidakpuasan penumpang pada pelayanan penerbangan yang diberikan. Pihak Maskapai penerbangan Garuda Indonesia sangat perlu memprioritaskan dan meningkatkan pelayanannya baik itu pada saat *preflight*, *inflight* maupun *post flight*. Sehingga penumpang tidak akan merasa dirugikan dan dapat menikmati pengalaman penerbangan Garuda Indonesia secara maksimal.
4. Sebagai bahan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, peneliti merekomendasikan untuk melakukan penelitian mengenai *behavioral intention* yang dipengaruhi variabel terikat *experiential value* dengan menggunakan dimensi dan teori terbaru pada metode penelitian yang berbeda agar penelitian pada pembahasan ini berkembang menjadi lebih baik. Sehingga hasil temuan dari penelitian selanjutnya tersebut diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di masa yang akan datang.

Selain itu, rekomendasi bagi penelitian selanjutnya di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia yaitu mengenai *authentic experience*, yang mana variabel ini melihat pengaruh keaslian pengalaman terhadap nilai yang dirasakan oleh penumpang, yang diharapkan penelitian ini mampu memperkuat nilai kebudayaan

Indonesia dan pengalaman penumpang di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia, serta meningkatkan niat penumpang untuk kembali menggunakan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di masa depan.

