

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden terhadap atribut maskapai berada pada kategori cukup. Sub variabel dari atribut maskapai yang memiliki nilai tertinggi yaitu *check-in*. Sedangkan yang mendapatkan penilaian terendah yaitu *marketing*.
2. Tanggapan responden menunjukkan bahwa kepuasan penumpang berada pada kategori cukup. Sub variabel yang memiliki kontribusi paling tinggi terhadap kepuasan penumpang yaitu *in-flight service*. Tingginya tingkat kepuasan ini dikarenakan penumpang mendapatkan makanan gratis berupa snack ringan, ramahnya staff kabin dalam melayani penumpang serta tersedianya wifi didalam kabin pesawat. Sedangkan yang terendah yaitu *ticketing*.
3. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian ini diketahui bahwa dari delapan sub variabel atribut maskapai terdapat sub variabel yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan penumpang. Maka dilakukanlah *trimming*. Hasil *trimming* menunjukkan bahwa hanya lima dari delapan sub variabel atribut maskapai yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan penumpang, yaitu *reservation* ( $X_1$ ), *ticketing* ( $X_2$ ), *check-in* ( $X_3$ ), *baggage handling* ( $X_4$ ) dan *in-flight service* ( $X_6$ ). Sedangkan tiga dimensi lainnya yaitu *cabin facilities* ( $X_5$ ), *aircraft operation* ( $X_7$ ) dan *marketing* ( $X_8$ ) dianggap tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penumpang.

#### 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai implementasi dari pengaruh atribut maskapai terhadap kepuasan penumpang sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat diketahui pada kesimpulan diatas bahwa masih terdapat kekurangan, terutama sub variabel *marketing*

(X<sub>8</sub>) yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Dalam hal ini, peneliti merekomendasikan agar pihak Sriwijaya Air lebih gencar kembali dalam melakukan aktifitas *marketing* seperti membuat iklan dan promosi diberbagai media, serta perencanaan ulang program *membership* agar mampu menarik lebih banyak penumpang baru dan meningkatkan loyalitas penumpang tetap.

2. Berdasarkan kesimpulan diatas dapat diketahui bahwa sub variabel *ticketing* merupakan sub variabel yang memiliki nilai kepuasan terendah. Dalam sub variabel *ticketing* terdapat indikator “kesesuaian harga tiket yang ditawarkan dengan keinginan penumpang”, dimana hal ini menjadi alasan rendahnya nilai kepuasan penumpang. Maka, pihak maskapai Sriwijaya Air perlu mempertimbangkan kembali mengenai penetapan harga tiket yang saat ini masih dirasa memberatkan. Agar Sriwijaya Air mampu terus bersaing dan meraih pasar penerbangan domestik terhadap kompetitor nya seperti Lion Air dan Citilink.
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut maskapai berpengaruh terhadap kepuasan penumpang. Maka, maskapai Sriwijaya Air perlu untuk meningkatkan kembali aspek kepuasan yang nilainya kecil dan mempertahankan aspek dari atribut maskapai yang pengimplementasiannya sudah sangat baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan penumpang.
4. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan seperti pengkajian teori yang belum lengkap dikarenakan teori-teori mengenai variabel atribut maskapai masih belum banyak sumbernya dan belum begitu spesifik. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian di industri penerbangan mengenai kepuasan penumpang yang dipengaruhi variabel bebas lainnya seperti *airline choice*, *airline perceived value* atau *airline service quality*, menggunakan dimensi dan teori terbaru dengan metode penelitian yang berbeda. Agar penelitian pada pembahasan ini dapat berkembang menjadi ilmu yang lebih baik lagi.