

BAB V

SIMPULAN, DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi pelanggan/penumpang pesawat antara lain:
 - a. Citra perusahaan yang menjadi perhatian pelanggan adalah nilai perusahaan menjadi hal yang begitu penting, karena nilai merupakan cerminan kredibilitas perusahaan
 - b. Pengalaman religius dapat menyentuh “sense” pelanggan, apalagi bila berkaitan dengan kebaikan. Pelanggan akan begitu mudah merasa aman dan nyaman.
 - c. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan perusahaan, dan faktor yang menjadi penting di mata pelanggan adalah bagaimana perusahaan cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dan sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan kepada pelanggan.
 - d. Kedekatan emosional, dalam hal ini ternyata pelanggan memiliki gairah (passion) yang tinggi untuk membangun hubungan dengan perusahaan.
 - e. Kepercayaan pelanggan, di mata pelanggan faktor yang membuat timbulnya rasa percaya terhadap perusahaan adalah perusahaan dengan pekerjanya memiliki integritas yang tinggi dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya.
2. Citra perusahaan berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan.
3. Citra Perusahaan berpengaruh negatif terhadap loyalitas Pelanggan melalui Pengalaman Religius Pelanggan
4. Citra Perusahaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Pengalaman Religius dan Kedekatan Emosional
5. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Pengalaman Religius, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan
6. Pengalaman Religius berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Loyalitas pelanggan

5.2 SARAN

1. Membangun dan memperhatikan reputasi perusahaan dimata pelanggan dengan cara meningkatkan sarana dan prasara serta layanan yang maksimal.
2. Memberikan perhatian ekstra kepada pelanggan dengan selalu menjalin komunikasi yang baik dan memberikan rasa nyaman., serta melakukan tugas dan tanggung jawab dengan penuh cinta terhadap para pelanggan dan bisa dipercaya.
3. Membuat standar penerbangan Religius dengan berbagai macam aktivitas religious selama penerbangan berlangsung, dengan dilengkapi berbagai sarana dan prasarana untuk maskapai LCC berupa buku-buku, brosur dan perlengkapan lainnya, atau bagi maskapai non LCC berupa audio atau video dan program digital lainnya seperti sarana ibadah, bacaan Kitab Suci, pengingat waktu ibadah, penjelasan praktek ibadah, ceramah atau hotbah dll.

5.3 IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dikemukakan implikasi teoritis dan implikasi praktis:

5.3.1 Teoritis

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan masukan bagi pengembangan keilmuan dan penelitian di masa yang akan datang antara lain:

1. Citra perusahaan dan loyalitas pelanggan keduanya merupakan komponen penting dalam kemajuan dan kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu perlu adanya penelitian yang lebih mendalam tentang Citra perusahaan dan loyalitas pelanggan dengan mencari faktor alternatif lain yang lebih efektif.
2. Variabel pengalaman religius pelanggan perlu digali dan diaktualisasikan dalam produk layanan perusahaan di lingkungan perusahaan, agar tercipta atmosfir kerja yang aman, nyaman, dan religius.

5.3.2 Praktis

1) Bagi Pemerintah

1. Rendahnya implementasi nilai-nilai religius dalam maskapai penerbangan perlu mendapat perhatian dari Pemerintah khususnya kementerian perhubungan dan Indonesia National Air Carriers Association (INACA) melalui pendidikan dan pelatihan yang lebih intensif yang berkaitan dengan bidang religi.
2. Membuat standar penerbangan Religius atau syariah (Muslim) dengan berbagai macam pelengkap aktivitas religious selama penerbangan seperti anjuran berdo'a sesuai kepercayaannya, menyediakan pilihan program siraman rohani, dan aturan-aturan yang baik dibuat dalam bentuk SOP pelayanan syariah, dimulai dari pakaian cabin crew yang sopan dan religious, makanan dan minuman yang sehat, bersih dan halal, serta produk supporting lainnya seperti tissue, sabun dan lain lain.
3. Memastikan tidak adanya penyalahgunaan peraturan perusahaan dan perundang-undangan yang berlaku khususnya dalam industri maskapai penerbangan di Indonesia.

2) Bagi Perusahaan

1. Membangun citra perusahaan itu sangat penting dan tidak mudah, oleh sebab itu bagi perusahaan harus memperhatikan reputasi perusahaan dimata pelanggan dengan cara meningkatkan sarana dan prasara serta layanan yang maksimal.
2. Menjaga perasaan keamanan dan kenyamanan penumpang salah satu caranya adalah dengan pengalaman religius yaitu mengingatkan penumpang untuk selalu waspada dan berdo'a demi keselamatan bersama serta membangun kedekatan emosional dengan pelanggan.
3. Harus lebih memberikan perhatian ekstra kepada pelanggan dengan selalu menjalin komunikasi yang baik dan memberikan rasa nyaman.
4. Melakukan tugas dan tanggung jawab dengan penuh cinta terhadap para pelanggan dan bisa dipercaya.

5.4 Rekomendasi

1. Variabel kepuasan pelanggan, kedekatan emosional, dan kepercayaan pelanggan, harus lebih digali lagi agar menjadi faktor dominan pengaruhnya tidak hanya kepada loyalitas pelanggan, tapi juga pada variabel lain seperti konsumen potensial dan profit.
2. Perlu pengembangan model dengan menambahkan variabel gaya hidup dan variabel selera, sehingga akan memperkaya khazanah keilmuan di bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran.