

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil pengolahan data dan analisa data yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan kantor reservasi Merpati Nusantara distrik Bandung, secara keseluruhan responden menyatakan baik. Dimana identitas yang memperoleh skor paling tinggi adalah pada dimensi *reliability* karena merupakan hal yang paling diutamakan dan paling diharapkan oleh konsumen pengguna jasa Reservasi Merpati Nusantara. Sedangkan skor paling rendah ditempati oleh dimensi *tangible*.. Hal ini menunjukkan bahwa responden belum cukup puas atau nyaman dengan pelayanan dari sebagian fasilitas fisik yang diterimanya.
- b. Keputusan menggunakan jasa reservasi Merpati Nusantara secara keseluruhan responden menyatakan sangat setuju bahwa keputusan pembelian didasarkan pada kemudahan melakukan reservasi, jam buka kantor yang sesuai bagi konsumen serta pemilihan produk atau jasa melalui daya tarik desain atau kemasan dari jasa tersebut. Sedangkan skor paling rendah adalah pemilihan jumlah pembelian, hal ini menunjukkan bahwa pembelian jasa reservasi Merpati Nusantara yang dilakukan oleh konsumen hanya terbatas pada hal-hal yang masih bersifat khusus. Misalnya, konsumen hanya akan membeli jasa reservasi penerbangan jika ada kepentingan mendadak saja, khususnya di tempat yang

jauh dan memerlukan waktu yang cepat untuk sampai ke tempat yang ditujunya tersebut.

3. *Tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance* pada kualitas pelayanan jasa reservasi dari hasil pengujian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap keputusan pembelian. Sebagai unsur kualitas pelayanan jasa, *Tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance* kantor reservasi Merpati Nusantara distrik Bandung menjadi landasan dalam pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dengan memberikan kemudahan dari unsur-unsur tersebut. *Tangible* (fasilitas fisik) yang baik, *empathy* (sikap bersahabat) yang baik, *reliability* (kehandalan) yang baik, *responsiveness* (kecepatan) pelayanan prima yang baik, dan *assurance* yang benar-benar memberikan jaminan kepada pelanggan, akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian

5.2 REKOMENDASI

Adapun saran untuk meningkatkan keputusan pembelian jasa reservasi Merpati Nusantara distrik Bandung, seyogyanya terus berusaha meningkatkan kemampuan serta kinerjanya. Berdasarkan hasil dari temuan penelitian yang dilakukan berdasarkan nilai terendah, maka penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang memperoleh tanggapan paling rendah adalah pada dimensi *tangible*. Hal ini bisa disebabkan dari kurang diperhatikannya kenyamanan serta perawatan fasilitas kantor yang tersedia. Untuk itu Perusahaan pelayanan jasa reservasi ternama hendaknya lebih meningkatkan kembali kualitas pelayanannya, terutama dalam hal fasilitas pendukung perusahaan, seperti peningkatan kenyamanan mobilitas kantor, ruang tunggu serta mengatasi keluhan pelanggan dengan segera. Mengembangkan sikap yang lebih bersahabat dan terbuka serta pemeliharaan fasilitas kantor dan toilet yang berkala.
2. Dalam hal keputusan pembelian, yang mendapatkan nilai paling rendah adalah jumlah pembelian. Oleh karena itu Merpati Nusantara dalam usahanya meningkatkan kembali jumlah pembelian konsumen, perlu melakukan promosi yang berkala dengan informasi yang lebih jelas dan lugas. Memberikan penghargaan untuk para pelanggan setia, baik itu dalam bentuk hadiah, potongan harga ataupun keistimewaan pelayanan.

3. *Tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian jasa reservasi Merpati Nusantara, perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan kembali kelima unsur tersebut, apalagi dengan banyaknya kantor-kantor reservasi dan biro perjalanan lain yang berada dalam pasar industri jasa, khususnya industri jasa reservasi penerbangan.

