

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* antara Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan Maskapai Penerbangan rute Bandung - Denpasar, maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran dari kualitas pelayanan maskapai penerbangan dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* yang memperoleh nilai cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja kualitas pelayanan telah dilaksanakan dengan cukup baik oleh maskapai penerbangan. Dimensi *responsiveness* merupakan dimensi yang paling tinggi pengaruhnya dalam kenaikan citra perusahaan maskapai
2. Gambaran dari citra perusahaan maskapai penerbangan dapat dijelaskan melalui *reputation*, *recognition*, *affinity* dan *brand loyalty* yang merupakan dimensi yang mempengaruhi dalam kenaikan citra perusahaan maskapai penerbangan. Secara keseluruhan *reputation* merupakan dimensi yang paling mempengaruhi dalam kenaikan citra perusahaan maskapai penerbangan. Hal itu menunjukkan bahwa hubungan reputasi perusahaan dengan pelanggan sangat berkaitan erat, kepuasan dan rasa suka yang didasari oleh pengalaman

konsumen akan membentuk penilaian konsumen terhadap organisasi atau perusahaan. Sedangkan dimensi yang paling kecil pengaruhnya yaitu dimensi *recognition* dengan indikator pengenalan jenis-jenis pesawat yang digunakan maskapai penerbangan, hal bisa disebabkan karena pengguna atau penumpang maskapai penerbangan kurang memiliki kepedulian dengan spesifikasi atau jenis pesawat yang akan digunakan dalam penerbangannya.

3. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap citra perusahaan maskapai penerbangan dengan tingkat korelasi yang cukup tinggi atau kuat dan koefisien determinasi yaitu pada memiliki korelasi sebesar 60,1. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterapkan maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines dan Indonesia Air Asia, maka akan semakin tinggi pula citra perusahaan dari maskapai penerbangan tersebut.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan maskapai penerbangan yaitu:

1. Pemilihan dan keberadaan kualitas pelayanan telah terbukti mampu diterapkan dengan baik pada perusahaan maskapai penerbangan khususnya pada maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines dan Indonesia AirAsia, namun masih ada beberapa penilaian pengguna jasa angkutan udara terhadap kualitas pelayanan yang dinilai kurang yaitu terdapat pada dimensi *empathy* dengan indikator yang menyatakan pernyataan perhatian yang diberikan

frontliner kepada penumpang saat mendapat atau menerima keluhan, lalu pada dimensi *responsiveness* dengan indikator kecepatan karyawan dalam menangani keluhan dari pelanggan dan pada dimensi *assurance* dengan indikator yang pernyataan tentang rasa percaya dan rasa aman pelanggan dalam bertransaksi di loket penjualan tiket langsung. Penilaian yang kurang dari pengguna jasa penerbangan ini disebabkan karena indikator dari dimensi-dimensi tersebut yaitu harus menjadi perhatian lebih dari perusahaan kepada calon penumpangnya, karena hal-hal kecil itulah yang dapat menciptakan peluang yang baik dan mendorong reputasi perusahaan dimata konsumen menjadi lebih baik, selain dengan berbagai inovasi yang dilakukan perusahaan guna memberikan pelayanan yang terbaik dan memudahkan pengguna jasa penerbangan saat *pre-flight*, *in flight* dan *post-flight conditions*. Kualitas pelayanan yang sudah dan menjadi standar yang diterapkan oleh maskapai penerbangan harus dipertahankan dan ditingkatkan guna memberikan masukan yang baik dari berbagai hal dalam industri penerbangan saat ini, dimana semakin banyaknya pengguna jasa angkutan udara ini yang sekarang lebih memilih menggunakan perusahaan maskapai dengan layanan yang bagus walau dengan harga tiket yang sedikit lebih mahal.

2. Upaya untuk meningkatkan citra perusahaan terbukti mampu mempengaruhi pengguna maskapai penerbangan saat ini untuk terus menggunakan jasa angkutan udara, namun ada beberapa unsur di dalamnya yang harus diperbaiki seperti pengetahuan singkat penumpang tentang jenis-jenis pesawat yang

digunakan dan daya tarik setiap perusahaan penerbangan. Artinya bahwa pengguna jasa penerbangan harus memiliki sedikit pengetahuan kecil mengenai jenis pesawat yang digunakan, agar dapat memberikan daya tarik bagi calon penumpang untuk menggunakan jasa penerbangan dari setiap perusahaan penerbangan. Khususnya pada penumpang yang untuk pertama kali menggunakan jasa angkutan udara, karena tidak sedikit penumpang dengan rasa keingintahuan yang besar tentang sebuah pesawat dan yang akan secara otomatis memberikan rasa ketertarikan lebih bagi penumpang untuk mau menggunakan pesawat dengan jenis lainnya. Oleh karena itu, diperlukan suatu usaha perusahaan untuk meningkatkan kualitas dari segi layanan jasa penerbangan yang ditawarkan, khususnya pada jenis-jenis armada pesawat yang digunakan, agar manfaat yang timbul dari layanan jasa penerbangan tersebut memberikan pengalaman yang berkesan bagi pengguna di setiap aktifitas penerbangan. Selain dengan meningkatkan kualitas jasa layanan tersebut, untuk menjaga dan meningkatkan citra perusahaan, maskapai penerbangan pun harus berupaya dapat meningkatkan standar pelayanan yang sudah berjalan dengan baik sebagai potret terbaik dari jasa layanan penerbangan. Hal ini pada akhirnya akan menciptakan nilai-nilai positif bagi perusahaan dan disisi lain akan menciptakan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang lebih efektif oleh pelanggan.

3. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi dan kinerja kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap citra maskapai penerbangan. Maka penulis

merekomendasikan agar perusahaan harus tetap menjaga, mempertahankan dan meningkatkan kembali standar kualitas pelayanan yang telah dilakukan agar dapat meningkatkan citra setiap perusahaan maskapai penerbangan khususnya pada maskapai Merpati Nusantara Airlines dan Indonesia AirAsia untuk rute penerbangan Bandung - Denpasar yang tidak hanya bermain dengan perang harga tiket perjalanan murah untuk menarik minat calon penumpang tetapi juga di barengi dengan mempertahankan kualitas pelayanan yang telah berjalan dan meningkatkannya. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan beberapa maskapai penerbangan besar di Indonesia yang akan beralih atau mengklasifikasikan dan menaikkan standar kualitas jasa layanan yang diterapkan sebelumnya, dikarenakan permintaan pasar dari pengguna jasa angkutan udara saat ini yang lebih memilih menggunakan maskapai yang memiliki pelayanan yang lebih baik dan keselamatan yang dapat dijamin, walau dengan harga tiket perjalanan yang sedikit lebih mahal, dibandingkan dengan hanya mengutamakan harga tiket perjalanan yang murah semata. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian selanjutnya mengenai kualitas pelayanan tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda.