

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan penggunaan maskapai Lion Air, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan termasuk dalam kategori yang baik. Namun masih seringnya terjadi delay serta pihak maskapai belum maksimal dalam menangani barang yang hilang atau rusak membuat konsumen merasa tidak aman untuk menggunakan maskapai Lion Air dan terkadang maskapai Lion Air masih menggunakan pesawat baling – baling. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan.
2. Variabel citra merek termasuk dalam kategori baik. Namun masih terdapat konsumen yang tidak mengetahui mengenai tagline maskapai Lion Air dan ada responden yang berpendapat bahwa dalam menghadapi permasalahan terjadinya delay serta barang hilang atau rusak, pihak maskapai belum menangani dengan maksimal. Variabel citra merek memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan.
3. Variabel keputusan penggunaan termasuk dalam kategori baik. Namun, masih terdapat responden yang membutuhkan waktu lama dalam proses pengambilan keputusan dan responden tidak mau merekomendasikan Lion Air kepada pihak lain. Variabel kualitas pelayanan dan citra merek secara

bersama dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

4.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan PT Lion Mentari Airlines yang diwaktu yang akan datang yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan pada maskapai Lion Air dapat dilakukan dengan mengurangi delay yang terjadi dan penanganan yang baik untuk barang penumpang yang hilang atau rusak dengan melakukan pembenahan internal perusahaan, *maintenance* sebaik – baiknya agar pesawat selalu siap dioperasikan, penjadwalan *crew* yang baik sehingga mengurangi delay yang diakibatkan kekurangan *crew* yang bertugas di kokpit dan di kabin serta meninjau ulang dan mengoreksi jadwal penerbangan karena padatnya penerbangan rawan akan keterlambatan.
2. Citra merek pada maskapai Lion Air dapat ditingkatkan dengan peningkatan tanggung jawab atas permasalahan yang terjadi antara lain memberikan perhatian yang lebih baik serta memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami, sehingga konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap citra perusahaan.
3. Keputusan penggunaan pada maskapai Lion Air dapat ditingkatkan dengan perbaikan kualitas pelayanan dan melakukan branding perusahaan dalam rangka untuk memperkuat citra merek perusahaan. Peningkatan kualitas

pelayanan dan citra merek akan meningkatkan keputusan penggunaan masyarakat terhadap maskapai Lion Air.