

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Melalui hasil analisis yang dilakukan terhadap hipotesis pertama penelitian ini yaitu pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* dapat diterima.
2. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program LISREL 8.70, hipotesis kedua mengenai pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction* dalam penelitian ini diterima.
3. Berdasarkan hasil *t-value* hipotesis ketiga yang jauh melebihi angka *t-tabel*, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima dan terdukung.
4. Pada hipotesis keempat didapati nilai *t-value* pengaruh *service quality* terhadap *behavioral intention* melalui *customer satisfaction* lebih besar dari syarat nilai *t-tabel*. Sehingga, dapat disimpulkan hipotesis keempat diterima karena melebihi nilai *t-tabel* yang disyaratkan.
5. Pada hipotesis kelima didapati nilai *t-value* pengaruh *price* terhadap *behavioral intention* melalui *customer satisfaction* lebih besar dibandingkan syarat nilai *t-tabel*. Sehingga, dapat disimpulkan hipotesis kelima diterima karena melebihi nilai *t-tabel* yang disyaratkan

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis yang dapat diberikan oleh peneliti terkait penelitian dengan topik yang sama adalah agar dapat menyebarkan kuesionernya kesemua jenis rute penerbangan baik domestik maupun internasional, dan

jika memungkinkan ke maskapai penerbangan lain yang tidak berbasis *low cost* contohnya seperti Garuda Indonesia, agar dapat diketahui dengan lebih jauh mengenai *behaviour intention* konsumen maskapai penerbangan di Indonesia baik *low cost carrier* ataupun *full service carrier* dengan dua rute berbeda yaitu rute internasional dan rute domestik. Selain itu, dalam penelitian ini tidak diuji hubungan langsung atau *direct effect* antara *service quality* terhadap *behavioural intention* dan *direct effect* antara *price* terhadap *behavioural intention*. Sehingga, untuk penelitian yang selanjutnya dapat menambahkan hipotesis pengaruh langsung antara *service quality* dan *price* terhadap *behavioural intention*.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah diharapkan kepada manajemen Maskapai Penerbangan *Air Asia* Indonesia agar dapat lebih baik lagi dalam memperhatikan aspek *service quality* dan *price*. Untuk semakin meningkatkan kepuasan konsumen diperlukan kualitas yang baik dari layanan yang diberikan oleh *Air Asia* Indonesia (*service quality*) dan harga (*price*) dapat ikut meningkatkan kepuasan yang dirasakan konsumen (*customer satisfaction*). Suhartanto (2000); Doganis (2002); Noor (2005) dalam Suhartanto dan Noor (2012) mengatakan bahwa berbagai *review* dari literatur tentang industri penerbangan serta industri jasa lain menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh bagaimana sebuah bisnis menyediakan jasanya serta harga yang harus dibayar oleh konsumen. *Customer satisfaction* yang baik akan menghasilkan *behavioural intention* yang positif pula dari para konsumen. Sebab, *behavioural intention* menurut Saha dan Theingi (2009) yang terdiri atas *word of mouth*, *repurchase intention*, dan *feedback* hanya akan

dilakukan oleh konsumen pada saat konsumen memiliki kepuasan yang tinggi. Sedangkan untuk konsumen yang tidak puas mereka cenderung untuk memilih berganti maskapai penerbangan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ajzen, I., 1991, *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes.*
- Azwar, S., 1995, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik, 2012, *Perkembangan Penumpang Angkutan Udara Internasional*, BPS Indonesia.
- Barata, D.D., 2007, Pengaruh Penggunaan Strategi Brand Extension pada Intensi Membeli Konsumen. *Jurnal Manajemen* Vol. 2 No. 1 Januari 2007.
- Clemes, M.D., & Gan, C., & Kao, T.K., & Choong, M., 2008, An Empirical Analysis of Customer Satisfaction in International Air Travel, *Innovative Marketing, Volume 4, Issue 2.*
- Djaali, H., 2008, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Durianto, D., Sugiarto, Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eric, T., & Laws, Y., 2005, Managing Passenger Satisfaction: Some Quality Issues in Airline Meal Service, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6(1/2), Pp. 89-113.
- Etherington, L.D., & Var, T., 1984, Establishing a measure of airline preference for business and nonbusiness travelers. *Journal of Travel Research*, 22(4): 22-27.
- Evans, J.R., & Lindsay, W.M., 2005, *The Management and Control of Quality (Chapter 3)*. Mason, USA: South-Western, Cengage Learning.
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.

Ferdinand, A., 2005, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.

Gay, L.R. dan Diehl, P.L., 1992, *Research Methods for Business and Management*, New York: MacMillan Publishing Company.

Gerson, R.F., 2004, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM.

Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS (4th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gronroos, C., 1990, *Service Management and Marketing*, Lexington Books, Lexington, MA.

Gustafsson, A., & Johnson, M.D., & Roos, I., 2005, The Effects of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, and Triggers on Customer Retention,” *Journal of Marketing*, 69 (October), 210–18.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E., 2010, *Multivariate Data Analysis (7th Edition ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

He, Y., Song, H., 2009, A Mediation Model of Tourists’ Repurchase Intentions for Packaged Tour Services, *Journal of Travel Research*, Vol. 47 no. 3 Pp. 317-331.

Hornby, A.S., 2000, *Oxford Advanced Learner’s Dictionary*. Oxford University Press.

<http://asq.org/glossary/q.html>, diakses tanggal 27 Agustus 2013.

<http://centreforaviation.com/analysis/airasia-faces-challenges-throughout-southeast-asia-as-competition-continues-to-intensify-125261>, diakses tanggal 20 Agustus, 2013

<http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com/dictionary/satisfaction>, diakses tanggal 2 September 2013.

<http://kamusbahasaindonesia.org/perilaku>, diakses tanggal 2 September 2013.

<http://www.airasia.com/id/id/>, diakses tanggal 31 Mei 2013.

<http://www.badilag.net/artikel/16053-batas-usia-dewasa-dalam-perspektif-hukum-oleh-asrofi-246.html>, diakses tanggal 20 September, 2013

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/13/05/04/mm8zc3-hatta-kebutuhan-pesawat-melonjak>, diakses 27 Mei 2013,

<http://www.investor.co.id/home/asean-open-sky-2015-ancaman-atau-peluang/64237>, diakses tanggal 15 Agustus 2013.

Huang., Y. K., 2009, The Effect of Airline Service Quality on Passangers' Behavioural Intentions Using SERVQUAL Scores: A TAIWAN Case Study, *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol. 8.

Irwanto, A., Rohman, F., Noermijati, 2013, Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruhnya pada Terbentuknya *Word-of-mouth* di Perumahan Madani Group Jabodetabek, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 11.

Japariato, E., 2006, Analisis Pembentukan Disonansi kognitif Konsumen Pemilik Mobil Toyota Avanza, *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Johnston, R., 1995, *The Determinants of Service Quality: Satisfiers and Dissatisfiers*. University of Warwick, Coventry, UK.

Kaiman, H., Zani, A.Y.P., 2013, Influence of Service Quality and Price of House Flat on Customer Satisfaction (Studies in Marunda Flats of North Jakarta), *International Journal of Business and Management Invention*, Vol. 2, Issue 7, July. 2013 Pp.01-05.

Kotler, P., 2002. *Marketing Management, Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.

- Kotler, P., Armstrong, G., 2001, *Principles of Marketing*, (9th edition). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- _____, 2006, *Principles of Marketing*, (11th edition). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G., 2010, *Principles of Marketing*, (12th edition). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., Keller, K. L., 2006, *Marketing Management* (12th edition). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- _____, 2009, *Marketing Management* (13th edition). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lovelock, C., & Wright, L., 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : PT. Intermasa.
- Lupiyoadi, R., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*, Penerbit: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K., 2005, *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Jakarta: Indeks.
- Martin, W., 2001, *Quality Service: What Every Hospitality Manager Needs to Know*. New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Mowen, J.C., & Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid I, Edisi Kelima, Jakarta: Erlangga.
- Nasution., 2004. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Notoatmodjo, S., 1997, *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Reid, R. D., & Bojanic, D. C., 2010, *Hospitality Marketing Management*. Colorado: Willey & Suns.
- Ruslan, R., 2003, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Saha, G. C., & Theingi., 2009, Service Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions: A Study of low cost Airline Carriers in Thailand. *The TQM Journal* (Vol. 19, No. 3, pp. 350-372).
- Sina, S.S., 2011, *Modul Pembelajaran Analisis Multivariat*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Sitinjak, T. J. R., Sugiarto, 2006, *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D., & Noor, A. A., Customer Satisfaction in The Airline Industry: The Role of Service Quality and Price. *Asia Tourism Forum Conference*.
- Suliyanto, 2005, *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J., 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineke Cipta.
- Sunaryo, 2004, *Psikologi Untuk Perawatan*, Jakarta: EGC
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan 1, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F., 2008, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke tiga, Yogyakarta: Andy.
- Umar, H., 2002, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Wisnalmawati, 2005, Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2005.

Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modelling, Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Salemba Infotek

_____, 2009, *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, Buku Seri Pertama, Jakarta: Salemba Infotek.

Zeithaml, V.A., and Bitner, M.J., 2003, *Services Marketing. (International edition)*. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.