

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan pemodelan *structural equation modeling* (SEM), yang di jalan melalui *software* AMOS versi 22. Penelitian ini menguji 5 hipotesis dari variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan hasil sebagai berikkkut:

1. Persepsi harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun harga yang ditawarkan oleh Maskapai Lion Air termasuk lebih murah dari maskapai sejeni, namun hal tersebut tidak membuat pelanggan Maskapai Lion Air merasakan kepuasan.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan suatu jasa, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dihasilkan. Dengan kata lain, Maskapai Lion Air harus mampu menciptakan para pelanggan yang puas. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Maskapai Lion Air sudah mampu memenuhi harapan pelanggannya atas kualitas layanan yang diberikan, sehingga terpenuhinya rasa kepuasan dalam diri pelanggan.

3. Persepsi harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Meskipun Maskapai Lion Air menaikkan atau menurunkan harga yang ditawarkan, tidak akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan dari Maskapai Lion Air.
4. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan kualitas layanan memegang peran penting dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, pembelian ulang, loyalitas pelanggan, dan profitabilitas suatu jasa. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas menandakan bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh Maskapai Lion Air, maka akan semakin meningkatkan rasa loyalitas pelanggan Maskapai Lion Air.
5. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam keberhasilan suatu jasa. Dalam penelitian yang dilakukan pada pengguna Maskapai Lion Air ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas ketika menggunakan Maskapai Lion Air ini dan bersedia kembali menggunakan Maskapai Lion Air.
6. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan. Pada pengujian hipotesis 1 dapat disimpulkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan akan muncul setelah pelanggan merasa puas terhadap jasa tersebut.

7. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Pada pengujian hipotesis 3 dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan akan muncul setelah pelanggan merasa puas terhadap jasa tersebut.

B. Keterbatasan

Peneliti menyadari masih banyak terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, yang meliputi:

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan variabel persepsi harga, kualitas pelayanan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, disisi lain masih banyak variabel yang bisa diteliti untuk mengukur kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
2. Waktu yang singkat membuat hasil penelitian ini kurang maksimal.
3. Dalam penelitian ini hanya menggunakan metode kuesioner dengan pernyataan tertutup, sehingga terkadang kuesioner hanya diisi tanpa membaca indikator pernyataan. Alangkah lebih baiknya jika ditambah dengan wawancara untuk mendapatkan hasil yang lebih bagus.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti diantara lain:

1. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak hingga mendekati 200 sampel
2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi harga, kualitas pelayanan untuk mengukur kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel citra perusahaan dan kepercayaan merek, atau variabel lainnya untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan jawaban responden terhadap indikator penelitian yang diberikan oleh peneliti terutama pada variabel kualitas pelayanan. Maskapai Lion Air diharapkan semakin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, agar semakin meningkatkan jumlah pelanggan yang merasa puas serta loyal terhadap Maskapai Lion Air.