

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek yang dimiliki oleh maskapai Garuda Indonesia secara keseluruhan baik dimana rata-rata pelanggan sangat setuju dengan citra merek yang selama ini dimiliki maskapai Garuda Indonesia.
2. Kualitas layanan yang ditawarkan oleh maskapai Garuda Indonesia kepada pelanggannya secara keseluruhan baik dimana rata-rata pelanggan setuju dengan kualitas layanan yang ditawarkan maskapai Garuda Indonesia.
3. Loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia tinggi dimana pelanggan setuju bahwa mereka akan menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia kembali dan merekomendasikan maskapai Garuda Indonesia kepada yang lain.
4. Terdapat pengaruh citra merek yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia.
5. Terdapat pengaruh kualitas layanan yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia walaupun pengaruhnya tidak sebesar pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Saran

- C** Maskapai Garuda Indonesia harus mempertahankan Citra Merek yang sudah baik secara berkala dengan memberikan fasilitas-fasilitas yang berfungsi dengan baik, pelayanan yang profesional dan ramah dalam menangani keluhan pelanggan, akses yang mudah dijangkau, memberikan informasi yang tepat mengenai ketepatan waktu dan informasi penerbangan, dan sering mengadakan acara / pameran seperti *Garuda Travel Fair* yang menawarkan potongan harga tiket yang lebih terjangkau serta memperbanyak rute penerbangan agar pelanggan tetap loyal dengan maskapai Garuda Indonesia.
2. Maskapai Garuda Indonesia harus mempertahankan kualitas layanannya dan mengevaluasi kinerja para karyawan untuk menilai dan mengevaluasi apakah karyawan sudah memberikan pelayanan yang baik atau belum karena sesuai dengan hasil penelitian terdapat butir pertanyaan dalam kuesioner mengenai jadwal penerbangan yang tepat waktu dengan hasil rata-rata paling rendah yaitu 3.12 yaitu berada di rentang netral. Evaluasi kinerja diperlukan agar maskapai Garuda Indonesia mampu meningkatkan tingkat ketepatan waktu sehingga jadwal penerbangan selalu tepat waktu sehingga pelanggan akan puas dan tetap loyal kepada maskapai Garuda Indonesia. Maskapai Garuda Indonesia juga dapat menyebarkan kuesioner dan memberikan makanan kecil untuk para pelanggan yang mengisi kuesioner singkat mengenai pelayanan yang diberikan oleh para karyawan dalam penerbangan sebagai bentuk evaluasi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.
3. Diperlukan penelitian selanjutnya dengan mencari variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan mengingat hasil koefisien determinasi yaitu hanya sebesar 39.3%

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang berarti variabel citra merek dan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang tidak terlalu besar terhadap loyalitas pelanggan, maka dari itu diperlukan penelitian selanjutnya dengan variabel lain agar didapatkan variabel yang mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.