

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penyusunan tugas laporan penelitian dari mulai bab pendahuluan sampai dengan pembahasan, maka pada bab ini penulis mencoba untuk menarik kesimpulan. Selain itu penulis mencoba mengajukan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan di masa yang akan datang.

Adapun kesimpulan dan saran tersebut adalah sebagai berikut :

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai korelasi antara penerapan *e-ticket* Garuda Indonesia dengan loyalitas dan dari hasil pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen tentang komponen – komponen dari dimensi penerapan *e-ticket* dapat dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan responden terhadap pernyataan secara keseluruhan baik atau setuju, yang dapat dilihat dari tanggapan konsumen yang menyatakan setuju dengan nilai rata – rata 4.03. Dan tanggapan konsumen tentang loyalitas konsumen pada Garuda Indonesia secara keseluruhan dikatakan baik, yang dapat dilihat dari tanggapan konsumen yang menyatakan setuju dengan nilai rata – rata 3,83.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa besarnya r_s atau koefisien korelasi Rank Spearman adalah sebesar 0.609 yang berarti terdapat hubungan positif dan searah antara penerapan *e-ticket* dengan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia, dengan tingkat hubungan yang kuat.
3. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus koefisien determinasi diperoleh sebesar 37,0 %. Hal ini berarti bahwa penerapan *e-ticket* mempengaruhi loyalitas konsumen Garuda Indonesia sebesar 37,0 %. Dan sisanya sebesar 63,0 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diukur oleh penulis, misalnya promosi, saluran distribusi, dan lain-lain.
4. Hipotesis penelitian yang diajukan penulis yaitu penerapan *e-ticket* mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Garuda Indonesia dapat diterima atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dikarenakan $t_{hitung}(7,60) > t_{tabel}(1.658)$.

5.2 Saran

1. Garuda Indonesia perlu untuk melakukan penambahan beberapa fitur (terutama penambahan bahasa Indonesia) terhadapnya webnya, sehingga dapat menjelaskan informasi yang disajikan pada web tersebut dapat lebih terstruktur, jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen.

Terstruktur disini maksudnya bahwa Garuda Indonesia harus menampilkan web yang dapat menjelaskan tahapan-tahapan untuk melakukan transaksi dan proses *before flying*

sampai proses *arrival*, sehingga konsumen akan mengerti dan tidak ragu untuk melakukan transaksi pembelian tiket secara *online*.

2. Garuda Indonesia harus dapat memberikan rasa kepercayaan kepada konsumen bahwa data pribadi dan informasi penting konsumen dapat terjamin keamanannya.
3. Untuk memberikan loyalitas kepada konsumen, Garuda Indonesia dapat melakukan reward khusus untuk bagi pengguna *e-ticket*, seperti sudah terdaftar secara otomatis menjadi member Garuda Frequent Flyer sehingga berhak mendapatkan reward seperti waiting list, diskon dan *boarding pass thought value*.
4. Selain untuk individual online booking, Garuda Indonesia harus dapat menembangkan pelayanan oleh agen dan korporasi secara online. Diharapkan dengan cara ini, pelayanan Garuda Indonesia melalui B2B semakin mempermudah transaksi yang dilakukan oleh pelanggan korporasi.
5. Garuda Indonesia dapat mengembangkan pelayanannya secara online, seperti melakukan penawaran kepada penumpang efisiensi waktu dengan melakukan check-in secara online. Keuntungannya bukan hanya bagi konsumen, tapi bagi Garuda Indonesia sendiri dengan adanya hal ini dapat membantu kepastian seat yang terisi

