

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang di lakukan peneliti dengan mengambil objek pada maskapai Citilink di Kota Batam, maka jawaban pada rumusan masalah dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian tiket pada maskapai Citilink di Kota Batam, kesimpulan ini dibuktikan oleh hasil perhitungan uji hipotesis t hitung (3,456) yang lebih besar dari t tabel (1,660) dan nilai signifikan (0,01) lebih kecil dari nilai alpha (0,05)
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Citilink di Kota Batam, kesimpulan ini dibuktikan oleh hasil perhitungan uji hipotesis t hitung (4,522) yang lebih besar dari t tabel (1,660) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari nilai alpha (0,05).
3. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian tiket maskapai Citilink di Kota Batam, dimana nilai f hitung yang besarnya (52,209), lebih besar dari nilai tabel F (3,090) nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari nilai alpha (0,05)
4. Hasil uji koefisien determinasi *R square* ( $R^2$ ) yang disesuaikan sebesar 0,518 atau sebesar 51,8%. Hal ini berarti keputusan pembelian tiket maskapai Citilink di Kota Batam dipengaruhi oleh Harga dan kualitas

pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan diatas peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Sesuai dengan pengujian hipotesis, maka bisa didapat bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berdampak pada keputusan pembelian. Dari segi harga diketahui bahwa beberapa responden kurang setuju dengan pernyataan yang ada pada harga dan beberapa responden mengaku maskapai lain memberikan harga yang lebih murah. Sebaiknya Citilink memantau lebih jauh mengenai harga. Dari segi kualitas pelayanan, sebaiknya lebih meningkatkan pelayanannya untuk meningkatkan keputusan pembelian. Jadi Maskapai Citilink perlu mempertimbangkan faktor harga tiket serta terus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian untuk menggunakan Jasa Maskapai Citilink.
2. Bagi Konsumen, sebaiknya dalam melakukan pembelian tiket Citilink, konsumen tidak memandang negatif pada maskapai penerbangan low cost melainkan melihat juga dari faktor perbaikan kualitas pelayanan yang terus dilakukan citilink sehingga konsumen merasakan perasaan yang tenang dan nyaman selama penerbangan.
3. Bagi Peneliti, selanjutnya diharapkan dapat terus memperdalam dan menerapkan teori pemasaran dengan menambah variabel-variabel yang

belum diteliti dalam penelitian ini, misalnya variabel citra merek dan kepuasan konsumen.