

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pengujian hipotesis pada penelitian ini mendapatkan hasil serta menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen maskapai Lion Air Positif dan Signifikan
2. *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* Lion Air Positif dan Signifikan
3. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Lion Air
4. *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Melalui *Brand Image*

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

A. Bagi Perusahaan

Dengan adanya *Service Quality* yang menjadi salah satu kepentingan bagi perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen, tentunya hal ini harus dipertahankan dan ditingkatkan kualitasnya seperti *Costumer Service* dengan pelayanan yang baik, *Service* maskapai yang baik, memberikan potongan harga yang menarik bagi masyarakat, dan kemudahan pembelian tiket yang dapat membantu pelanggan kapan saja sehingga para konsumen semakin yakin terhadap perusahaan yang memiliki kualitas *Service* yang sangat baik.

B. Bagi Peneliti

Untuk peneliti selanjutnya harus lebih mengembangkan jumlah responden yang menggunakan layanan tersebut sehingga jangkauannya lebih luas sehingga penelitian ini kompleksitas dan generalisasi dan lebih lanjut terkait dengan menambah variabel lain seperti Kualitas Produk, *Costumer Service*, Ketepatan

produk sampai ke tangan pelanggan, Proses transaksi digital, pilihan pembayaran digital dan potongan harga. Tentunya variabel tersebut dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mendapatkan hasil terbaru dan dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya.

