

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Pengaruh Gaya Hidup yang terdiri atas Kegiatan, Minat dan Pendapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Bisnis Garuda Indonesia di Bandar Lampung **diterima**. Hal ini dapat dipertegas dengan alasan-alasan berikut:

1. Bahwa secara keseluruhan variabel Pengaruh Gaya Hidup (X) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y) sebesar 58,2%. Fhitung = 44,505 dengan signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka secara keseluruhan variabel Pengaruh Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Ulang tiket bisnis Garuda Indonesia di Bandar Lampung.
2. Secara parsial variabel Pengaruh Gaya Hidup (X) yang terdiri dari kegiatan (X1), minat (X2), dan pendapat (X3) mempengaruhi keputusan pembelian ulang (Y). Nilai t hitung pada variabel kegiatan (X1) sebesar 7.341, dengan signifikansi 0,000 sehingga, secara parsial variabel Kegiatan (X1) memberi sumbangan tertinggi terhadap keputusan pembelian.

3. Hasil uji koefisien determinasi didapat nilai *R square* sebesar 0,582 hal ini berarti sumbangan variabel X (Pengaruh Gaya Hidup) berperan dalam mempengaruhi variabel Y (Keputusan Pembelian Ulang) sebesar 58,2%. Hal ini menunjukkan pengaruh gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang pada tiket bisnis Garuda Indonesia di Bandar Lampung, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh Perusahaan Penerbangan Maskapai Garuda Indonesia untuk meningkatkan kualitas dan penjualannya di Bandar Lampung, antara lain :

1. Variabel X2 (Minat) pada hasil hitungan yang didapat, menjadi variabel terlemah di dalam penelitian ini dengan jumlah 27,1%. Saran yang peneliti berikan adalah sebaiknya maskapai penerbangan Garuda Indonesia bisa menambahkan kerja sama dengan Hotel atau Rumah Makan ternama yang ada di luar kota atau negara, sehingga bagi konsumen yang menggunakan tiket bisnis Garuda Indonesia, bisa mendapatkan potongan harga khusus di hotel atau rumah makan tersebut, dengan itu konsumen tertarik untuk tetap menggunakan tiket bisnis Garuda Indonesia di kesempatan lain.
2. Variabel X3 (Pendapat) pada hasil hitungan yang didapat, menjadi variabel terlemah kedua di dalam penelitian ini dengan jumlah 33,6%. Saran yang peneliti berikan adalah sebaiknya maskapai Garuda Indonesia, bisa lebih mempermudah konsumen dalam pemesanan tiket, seperti Garuda Indonesia

juga melakukan kerjasama dengan instansi perkantoran yang ada di kota setempat, selain itu bisa membuka lebih banyak lagi tempat pemesanan tiket Garuda Indonesia khususnya di daerah kota dan beberapa di daerah terpencil, peneliti juga menyarankan untuk pemesanan *via social media* atau menggunakan aplikasi khusus pemesanan tiket Garuda Indonesia yang disediakan di *smartphone* atau *android*, sehingga jika ada pekerjaan mendesak mengharuskan konsumen untuk ke luar kota atau negara tidak perlu susah untuk memesan langsung ke tempat pemesanan tiket Garuda Indonesia atau membuka website resmi Garuda Indonesia yang terkadang konsumen kesulitan sendiri untuk mencari atau melakukan transaksi pembayaran.

3. Variabel X1(Aktivitas) pada hasil hitungan yang di dapat, menjadi variabel terbesar di dalam penelitian ini dengan jumlah 49,6 %. Peneliti memberikan saran agar maskapai penerbangan Garuda Indonesia bisa tetap menjadi maskapai yang banyak di minati oleh konsumen, dengan cara memberikan *visa on arrival* ke salah satu negara yang ada di asia, seperti ke Korea, jadi pemegang *passport* Indonesia tidak perlu susah untuk ke kedutaan Korea untuk memohon visa, cukup beli tiket bisnis Garuda Indonesia ke negara Korea dan masa berlaku hanya dengan satu bulan dengan harga USD 50 per *passportnya* atau sekitar Rp. 650.000,00. Hal ini dikhususkan untuk konsumen tiket bisnis Garuda Indonesia yang sudah menggunakan tiket bisnis Garuda Indonesia lebih dari 5 kali dalam setahun. *Visa On Arrival (VOA)* adalah dokumen izin atau tiket masuk seseorang ke suatu negara, biasanya bisa di beli di perbatasan atau bandara negara yang akan di tuju.

Saran kedua dari peneliti agar maskapai Garuda Indonesia bisa tetap menjadi yang terbaik dengan banyak konsumen adalah peneliti memberikan saran untuk maskapai penerbangan Garuda Indonesia agar memberikan tiket bisnis gratis untuk 2 orang kepada badan-badan amal atau komunitas serta sumbangan dalam bentuk barang lain dan saran profesional bagi komunitas yang akan berpergian lebih dari 10 orang yang menggunakan tiket bisnis dalam sekali perjalanan.

4. Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan penelitian ini, sebaiknya menggunakan variabel-variabel lain yang tidak digunakan di dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar dapat diketahui secara spesifik variabel apa yang paling mempengaruhi keputusan pembelian ulang tiket bisnis Garuda Indonesia di Bandar Lampung.