

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi pada harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa.
2. Variabel persepsi pada uang ekstra berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa.
3. Variabel persepsi pada promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa.
4. Variabel persepsi pada reputasi maskapai berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa.
5. Variabel persepsi pada harga, uang ekstra, promosi dan reputasi maskapai secara bersama-sama berpengaruh terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat terbang.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa diharapkan untuk lebih cermat dalam menanggapi promosi yang diberikan oleh maskapai penerbangan, karena terkadang terdapat promosi yang menjebak dan merugikan konsumen.

2. Bagi maskapai penerbangan diharapkan untuk memberikan informasi yang akurat terkait dengan harga, pelayanan yang didapatkan dalam menggunakan jasa maskapai penerbangannya sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk memberikan keputusan pembelian tiket pesawat.

