

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan pada bab sebelumnya tentang pengaruh hubungan variabel *Physical Environment* dan *Social Interaction* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Perceived Value* dan *Hotel Image* sebagai variabel mediasi, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan memilih dua hotel boutique di kota Batam. Hotel yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian adalah Da Vienna Boutique Hotel dan Zia Boutique Hotel dan memanfaatkan responden sebanyak 200. Studi ini dilakukan dengan maksud untuk menganalisis apakah *Physical Environment*, *Social Interaction*, *Perceived Value* serta *Hotel Image* dapat mempengaruhi *Customer Loyalty*.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah:

1. Hipotesis 1 menjelaskan bahwa *Physical Environment* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*. Hasil uji hipotesis 1 konsisten dengan penelitian (Chen et al., 2013), (Ali & Amin, 2014), (Amue et al., 2013).
2. Hipotesis 2 menjelaskan bahwa *Social Interaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*. Hasil uji hipotesis 2 konsisten dengan penelitian (Chen et al., 2013), (Behi Azza & Dahmane Mouelhi Norchene, 2017), (Yuanwei & Lertbuasin, 2018).
3. Hipotesis 3 menjelaskan bahwa *Physical Environment* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* dengan *Perceived Value* sebagai mediasi. Hasil

uji hipotesis 3 konsisten dengan penelitian (Wu et al., 2016), (Ali et al., 2013), (Zehir et al., 2014).

4. Hipotesis 4 menjelaskan bahwa *Social Interaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* dengan *Perceived Value* sebagai mediasi. Hasil uji hipotesis 4 konsisten dengan penelitian (Wu et al., 2016), (Zhang et al., 2017), (Zehir et al., 2014).
5. Hipotesis 5 menjelaskan bahwa *Physical Environment* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* dengan *Hotel Image* sebagai mediasi. Hasil uji hipotesis 5 konsisten dengan penelitian (B. Kim, 2018).
6. Hipotesis 6 menjelaskan bahwa *Social Interaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* dengan *Hotel Image* sebagai mediasi. Hasil uji hipotesis 6 konsisten dengan penelitian (B. Kim, 2018).

5.2. Keterbatasan

Selama menjalankan penelitian ini, ditemukan keterbatasan-keterbatasan yang ada, yaitu:

1. Keterbatasan dalam jumlah jurnal yang menjelaskan tentang variabel intervening pada penelitian.

5.3. Rekomendasi

Berikut rekomendasi untuk peneliti selanjutnya:

1. Menambah variabel lain yang dapat mendukung *Customer Loyalty* sekaligus untuk menambah wawasan lagi bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Customer Loyalty* bukan hanya 4 variabel yang disebutkan

diatas, namun ada variabel lain yang juga berpengaruh seperti *Customer Satisfaction*.

2. Disarankan untuk memperluas wilayah penelitian serta menambah jumlah sampel penelitian agar hasil penelitian lebih akurat.
3. Lingkungan fisik merupakan salah satu faktor yang dapat membantu dalam meraih pelanggan. Oleh sebab itu, disarankan kepada pihak hotel untuk menciptakan lingkungan fisik yang menyenangkan serta nyaman karena dengan kondisi tersebut dapat memberikan kesan yang positif dan membuat pelanggan merasa nyaman dan betah.
4. Untuk meningkatkan interaksi sosial disarankan kepada manajemen hotel untuk selalu melatih petugas *frontliner* supaya tetap ramah kepada tamu yang akan datang namun tetap mengedepankan protokol kesehatan.
5. Disarankan bagi manajemen hotel untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dikarenakan semakin tinggi nilai yang diterima oleh konsumen, semakin tinggi juga tingkat loyalitas.
6. Citra perusahaan merupakan kesan awal konsumen saat akan melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa tertentu. Citra hotel yang positif dipengaruhi melalui pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan yang semakin baik dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
7. Loyalitas konsumen adalah salah satu bagian penting dalam menentukan kesuksesan usaha. Loyalitas konsumen juga dibentuk berdasarkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen melalui pelayanan yang diberikan. Maka, disarankan untuk pihak hotel dalam mempertahankan loyalitas konsumen, pihak hotel dapat meningkatkan kualitas dalam pelayanan juga.