

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa pengaruh atau hubungan antara *perceived price justice*, *perceived satisfaction*, *revisit intention*, dan *loyalty* dengan total sampel sebanyak 401 yang diteliti di kota Batam. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa:

1. Untuk hipotesis pertama dari hasil uji *path coefficients* dengan nilai 7.348 menunjukkan bahwa variabel *perceived price justice* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *revisit intention*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmoud, Robert dan Patrik (2017).
2. Hipotesis kedua diperoleh dari hasil uji *path coefficients* dengan nilai 9.314 yang artinya bahwa variabel *perceived satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap variabel *revisit intention*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmoud, Robert dan Patrik (2017).
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga memiliki nilai 8.033 dari hasil uji *path coefficients* menunjukkan bahwa *revisit intention* berpengaruh secara signifikan terhadap *loyalty*. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmoud, Robert dan Patrik (2017).
4. Hasil pengujian hipotesis keempat memiliki nilai 1.647 yang dibulatkan menjadi 1,65 dari hasil uji *path coefficients* yang menunjukkan bahwa variabel *perceived price justice* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *loyalty*. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmoud, Robert dan Patrik (2017).
5. Hipotesis kelima memiliki nilai sebanyak 2.216 yang didapatkan dari hasil uji *path coefficients* yang artinya variabel *perceived satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *loyalty*. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian Mahmoud, Robert dan Patrik (2017).

5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan yang dialami penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan ini tidak mencakup semua jenis restoran melainkan hanya restoran *seafood* yang terletak di kota Batam saja sehingga penelitian ini hanya menggambarkan keadaan mengenai kota Batam.
2. Penelitian ini hanya mencakup empat variabel saja, sedangkan masih ada beberapa variabel lain yang dapat digunakan dalam penelitian ini untuk memprediksi variabel loyalitas pelanggan, seperti *service quality* (Akinci *et al.*, 2016), dan *corporate image* (Egbllopeali, *et al.*, 2016).
3. Penelitian ini dilakukan di kota Batam saja, sehingga tidak dapat mewakili loyalitas pelanggan secara luas. Penelitian yang dilakukan di wilayah yang berbeda juga dapat mendapatkan hasil yang berbeda tergantung karakteristik dari responden yang berbeda.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka penulis berniat merekomendasikan kepada beberapa pihak, sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mempertimbangkan jenis lain restoran seperti restoran cepat saji ataupun restoran keluarga dan dianalisis dari perspektif pihak restoran seperti pemilik usaha, manager maupun karyawannya untuk penelitian selanjutnya.
2. Menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel *loyalty* seperti *food quality*, *service quality*, *food quality* (Zhang *et al.*, 2014)
3. Kepada pihak restoran agar dapat tetap menjaga kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan inovasi dalam produk maupun jasa yang disediakan sehingga ketika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan mengunjungi kembali ke restoran tersebut yang berujung menjadi pelanggan yang loyal terhadap restoran.

4. Ketika pelanggan merasa harga yang ditawarkan oleh restoran adil maka pelanggan akan memberikan dampak yang positif seperti mengunjungi kembali dan menjadi loyal. Maka dari itu disarankan agar pihak restoran menentukan harga sesuai dengan produk maupun jasa yang disediakan oleh restoran kepada pelanggan agar pelanggan tidak merasa harga yang ditawarkan oleh perusahaan tidak wajar.
5. Untuk penelitian berikutnya yang meneliti restoran *seafood* sebagai objeknya diharapkan untuk memperhatikan pendapatan dari responden dikarenakan restoran *seafood* tidak murah, dan juga supaya mendapatkan responden sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.