

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di BAB IV, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara dekorasi terhadap persepsi harga.
2. Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tata ruang terhadap persepsi harga.
3. Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kondisi *ambient* terhadap persepsi harga.
4. Dekorasi berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen.
5. Tata ruang berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen.
6. Kondisi *ambient* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen.
7. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen.
8. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas konsumen.
9. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas konsumen.

10. Tidak terdapat pengaruh antara dekorasi terhadap kepuasan konsumen melalui persepsi harga.
11. Tidak terdapat pengaruh antara tata ruang terhadap kepuasan konsumen melalui persepsi harga.
12. Tidak terdapat pengaruh antara kondisi *ambient* terhadap kepuasan konsumen melalui persepsi harga.
13. Tidak terdapat pengaruh antara dekorasi terhadap loyalitas konsumen melalui persepsi harga.
14. Tidak terdapat pengaruh antara tata ruang terhadap loyalitas konsumen melalui persepsi harga.
15. Tidak terdapat pengaruh antara kondisi *ambient* terhadap konsumen melalui persepsi harga.
16. Tidak terdapat pengaruh antara dekorasi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.
17. Tata ruang berpengaruh pada loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.
18. Kondisi *ambient* berpengaruh pada loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.
19. Persepsi harga berpengaruh pada loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya menggunakan 134 responden sebagai sampel.
2. Ketiga variabel bebas (dekorasi, tata ruang, dan kondisi *ambient*) yang diteliti masih dirasakan belum cukup untuk mengukur variabel mediasi (persepsi harga dan kepuasan konsumen) dan variabel terikat (loyalitas konsumen).
3. Obyek penelitian ini hanya terpatok pada tempat hiburan karaoke Princess Syahrini saja, tidak adanya obyek yang berperan sebagai pembanding.

C. Saran

1. Akademik.

Berikut ini saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

- a. Menambahkan variabel bebas, yaitu dimensi lingkungan fisik lainnya, seperti yang dikemukakan oleh Han dan Ryu (2011) yang belum ditambahkan dalam penelitian ini.
- b. Menggunakan sampel yang lebih banyak, sehingga sampel benar-benar mewakili sebuah wilayah yang berdasarkan geografis.
- c. Menambahkan varian obyek lagi sebagai pembanding agar lebih lengkap dan lebih representatif.

2. Praktik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi lingkungan fisik dalam meningkatkan loyalitas konsumen yang dimediasi oleh persepsi harga dan kepuasan konsumen dinilai masih kurang. Saran dari peneliti untuk tempat hiburan karaoke Princess Syahrini F-KTV, yaitu *manager* Princess Syahrini F-KTV perlu memperhatikan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumennya.