

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan *servicescape* pada *brand equity*.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan *brand equity* pada *Revisit Intention*.
3. Terdapat pengaruh *servicescape* pada *revisit intention* yang dimediasi oleh *brand equity*.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan pengaruh *servicescape* terhadap *brand equity* yaitu nilai R Square ( $R^2$ ) yang diperoleh 0,668 *Servicescape* memberikan kontribusi sebesar 66,8% terhadap *Brand Equity*, sedangkan sebanyak 33,2% sisanya merupakan besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti. Pengaruh *servicescape* dan *brand equity* terhadap *revisit intention* nilai R Square ( $R^2$ ) yang diperoleh adalah sebesar 0,572 yang berarti *Servicescape* dan *Brand Equity* memberikan kontribusi sebesar 57,2% terhadap *Revisit Intention*, sedangkan sebanyak 42,8% sisanya merupakan besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti

Dalam pengujian pengaruh mediasi dengan *path analysis* yang di tampilkan dalam output SPSS besarnya pengaruh langsung *Servicescape* terhadap *Revisit Intention* 32,04% dan besarnya pengaruh tidak langsung *Servicescape* *Revisit*

*Intention* melalui *Brand Equity* 38,01% dengan total pengaruh sebesar 70,05%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *Brand Equity* menyebabkan pengaruh dari *Servicescape* terhadap *Revisit Intention* menjadi semakin kuat atau dengan kata lain *Brand Equity* ini berfungsi sebagai variabel intervening. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini *Brand Equity* mampu berfungsi sebagai variabel intervening dalam memediasi pengaruh dari *Servicescape* terhadap *Revisit Intention*.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
2. Penelitian ini hanya meneliti *servicescape* dan *brand equity* yang berpengaruh terhadap *revisit intention*. Masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi *revisit intention* konsumen misalnya faktor budaya dan tingkat harga.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

#### 1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui *servicescape* memberikan kontribusi sebesar 66,8% terhadap *brand Equity*, juga *servicescape* dan *brand Equity* memberikan kontribusi sebesar 57,2% terhadap *Revisit Intention* sehingga perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan layanan kepada konsumen dengan memperhatikan betul *brand equity* dari hotel untuk meningkatnya konsumen yang kembali ke hotel tersebut.

#### 2. Penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi *revisit intention*, misalnya faktor budaya dan tingkat harga. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti *revisit intention*, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden yang mengkonsumsi layanan jasa dari Hotel Verona Palace Bandung, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada jawabannya yang telah tersedia di kuesioner.