

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Simpulan Atas Hipotesis

1. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan keadilan distributif berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, **didukung**. Hal ini berarti ketika hotel nonbintang menerapkan standar layanan pelanggan yang lebih tinggi, hal ini berdampak positif pada loyalitas pelanggan.
2. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa keadilan interaksional berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, **tidak didukung**. Hal ini berarti bahwa keadilan interaksional dipersepsikan tidak mampu memprediksi secara signifikan loyalitas pelanggan hotel nonbintang.
3. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan keadilan prosedural berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, **didukung**. Hal ini berarti semakin baik prosedur pelayanan yang diterapkan oleh hotel nonbintang, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk memilih menginap kembali di hotel tersebut.
4. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan kewajaran harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, **didukung**. Hal ini berarti harga yang dianggap wajar oleh pelanggan terbukti efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di hotel nonbintang.

5. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan keadilan distributif berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan, **didukung**. Hal ini berarti semakin tinggi standar layanan pelanggan yang diterapkan oleh hotel nonbintang, semakin besar kepercayaan pelanggan terhadap hotel tersebut.
6. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam yang menyatakan bahwa keadilan interaksional berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan, **didukung**. Hal ini berarti bahwa semakin sering melakukan interaksional dengan pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan hotel nonbintang, sehingga interaksi yang sering dapat membangun hubungan yang lebih kuat antara hotel dan pelanggannya.
7. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh yang menyatakan keadilan prosedural berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan, **tidak didukung**. Peningkatan kompleksitas prosedur pelayanan di hotel nonbintang justru berdampak negatif pada kepercayaan pelanggan. Artinya, prosedur yang terlalu rumit dan berbelit-belit dapat mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap hotel, meskipun prosedur tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan.
8. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedelapan yang menyatakan kewajaran harga berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan, **didukung**. Harga yang dianggap wajar oleh pelanggan terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan di hotel nonbintang. Ini berarti, semakin sesuai harga dengan

nilai yang diterima pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pelanggan.

9. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kesembilan yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, **didukung**. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan hotel nonbintang.
10. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kesepuluh yang menyatakan kepercayaan memediasi pengaruh keadilan distributif terhadap loyalitas, **didukung**. Kepercayaan pelanggan berperan penting dalam memoderasi hubungan antara keadilan distributif yang dirasakan dan perilaku loyalitas pelanggan di sektor perhotelan nonbintang.
11. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kesebelas yang menyatakan kepercayaan memediasi pengaruh keadilan interaksional terhadap loyalitas, **didukung**. Kepercayaan pelanggan berperan penting dalam memoderasi hubungan antara keadilan interaksional yang dirasakan dan perilaku loyalitas pelanggan di sektor perhotelan nonbintang.
12. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua belas yang menyatakan kepercayaan memediasi pengaruh keadilan prosedural terhadap loyalitas, **tidak didukung**. Kepercayaan pelanggan tidak berperan penting dalam memoderasi hubungan antara prosedur keadilan yang dirasakan dan perilaku loyalitas pelanggan di sektor perhotelan nonbintang.

13. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga belas yang menyatakan kepercayaan memediasi pengaruh kewajaran harga terhadap loyalitas, **didukung**. Hal ini berarti kepercayaan terbukti mampu menjembatani pengaruh antara kewajaran harga dengan loyalitas pelanggan hotel nonbintang.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi hotel nonbintang dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut, misalnya dengan mempertimbangkan faktor lain yang mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan, atau dengan membandingkan hasil penelitian pada hotel bintang dan nonbintang. Berikut implikasi praktis penelitian ini, yaitu:

1. Usaha perhotelan khususnya hotel nonbintang saat ini menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat dan tentunya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan, memberikan keadilan dalam pelayanan baik dari keadilan distribusi, keadilan interaksi dan keadilan prosedural. Oleh karena itu, pihak manajemen Hotel Sejahtera perlu memberikan bekal pelatihan terhadap staf Hotel Sejahtera agar dapat memperbaiki layanan terhadap pelanggan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh keadilan distributif, keadilan interaksional dengan

loyalitas pelanggan. Sehubungan dengan peran kepercayaan sebagai pemediasi, penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi untuk dapat mengembangkan tingkat kepercayaan pelanggan di Hotel Sejahtera. Beberapa hal yang dapat dilakukan, yaitu menawarkan paket menginap yang menggabungkan akomodasi, sarapan dan fasilitas tambahan lain dengan harga yang wajar dan menarik. Serta perlu melakukan peluncuran program loyalitas seperti pemberian diskon khusus, point rewards terhadap pelanggan. Sehingga dengan program tersebut pelanggan semakin tinggi tingkat kepercayaannya, diharapkan pelanggan yang menginap di Hotel Sejahtera akan semakin loyal.

5.2.2. Implikasi Teoritis

Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis Penelitian

No	Temuan Penelitian	Implikasi Teoritis
1.	Keadilan distributif, keadilan interaksional, dan keadilan prosedural berpengaruh positif terhadap loyalitas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penelitian ini mengkonfirmasi <i>The Equity Theory</i> atau Teori Keadilan yang dikembangkan oleh Adam (1963). Dinyatakan dalam sebuah pertukaran, jika individu merasa diperlakukan adil maka keadilan dikatakan ia akan puas. Dan pengembangan oleh Greenberg (1987) dimana keadilan dikembangkan di bidang pemulihan layanan untuk mengukur keadilan dan kewajaran dalam menangani keluhan. ▪ Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian: <ol style="list-style-type: none"> a. Penelitian (Kim et al., 2009) menyimpulkan bahwa Karena DJ, PJ, dan IJ memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan, WOM, dan niat berkunjung kembali melalui kepuasan pemulihan, maka kepuasan pemulihan ditemukan sebagai variabel mediasi yang penting. Selain itu, peran mediasi kepercayaan antara kepuasan pemulihan dan WOM / niat berkunjung kembali cukup besar. Hal ini mendorong bahwa penerapan standar prosedur, berinteraksi, dan pemberian kompensasi dan layanan terbaik menjadi dasar pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

No	Temuan Penelitian	Implikasi Teoritis
		<p>b. Penelitian (Liat, 2018) kesesuaian penelitian dimensi pemulihan layanan secara signifikan terkait dengan kepuasan pelanggan dan memiliki hubungan positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hal ini mendorong kesediaan untuk secara melakukan pengembangan staf, sehingga staf dapat memberikan pelayanan standar yang diinginkan oleh pelanggan hotel.</p> <p>c. Penelitian yang dilakukan (Putra & Yasa, 2021), hasilnya Persepsi keadilan (distributif, prosedural, interaksional) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan setelah menerima penanganan pengaduan. Kepuasan nasabah setelah penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Implikasinya adalah untuk mempertahankan kepuasan pelanggan pasca penanganan komplain, perusahaan harus memperlakukan pelanggan secara adil dengan memperhatikan upaya penyelesaian masalah/ kegagalan layanan, sehingga pelanggan merasakan hasil yang positif, menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat, dan menyelesaikan keluhan pelanggan secara yang baik dan terhormat.</p>
2.	Kepercayaan memediasi dimensi keadilan, kewajaran harga terhadap loyalitas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penelitian ini mengkonfirmasi teori komitmen kepercayaan dari (Morgan & Hunt, 1994) atau (<i>The commitment-trust theory</i>) adalah sebuah teori dalam pemasaran yang menjelaskan bagaimana kepercayaan dan komitmen pembeli terhadap penjual mempengaruhi pemasaran. ▪ Serta mengkonfirmasi teori pertukaran sosial (<i>Social Exchange Theory</i>) yang pertama kali dikemukakan oleh Thibaut dan Kelly tahun 1959 (Santos & Fernandes, 2008). Teori ini menjelaskan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam pertukaran akan termotivasi untuk membalas perlakuan dan manfaat yang diperoleh dalam pertukaran tersebut. Dengan demikian, pelanggan yang komplain akan berusaha membalas upaya perusahaan untuk dapat mengembalikan kepuasan mereka dengan pembelian ulang atau melalui komunikasi dari mulut ke mulut yang positif. ▪ Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian: <ul style="list-style-type: none"> a. (Kim et al., 2009) Pengaruh DJ terhadap kepuasan terhadap pemulihan layanan lebih kuat dibandingkan dengan PJ dan IJ. Karena DJ, PJ, dan IJ memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan, WOM, dan niat berkunjung kembali melalui kepuasan pemulihan, kepuasan

No	Temuan Penelitian	Implikasi Teoritis
		<p>pemulihan ditemukan sebagai variabel mediasi yang penting. variabel mediasi yang penting. Selain itu, peran mediasi kepercayaan antara kepuasan pemulihan dan WOM / niat berkunjung kembali substansial. Dengan demikian, implikasi dengan hasil penelitian yang penulis buat dalam kasus dimana kepercayaan yang kuat terbentuk antara penyedia layanan dan pelanggan, membangun komunikasi dan kepercayaan dalam jangka panjang dapat diharapkan meningkatkan loyalitas pelanggan.</p> <p>b. (Hon & Lu Lin, 2010) mengatakan dalam penelitiannya bahwa kepercayaan kognitif memediasi hubungan antara keadilan prosedural yang ditunjukkan oleh supervisor ekspatriat dan kepuasan kerja dan komitmen organisasional karyawan mereka dan, di sisi lain, dan bahwa kepercayaan afektif memediasi hubungan antara keadilan prosedural yang ditampilkan oleh ekspatriat dan tingkat kepuasan karyawan dan altruisme terhadap supervisi.</p> <p>c. Berdasarkan penelitian (Dinanti et al., 2024) mengatakan bahwa pertama, kepercayaan (trust) nilai yang dirasakan, dan kewajaran harga yang dirasakan berpengaruh positif dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kedua, kepercayaan, persepsi nilai, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga, persepsi kewajaran harga tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.</p>

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan penelitian dan menjadi peluang bagi penelitian selanjutnya. Keterbatasan yang pertama adalah penelitian ini belum mengungkapkan fenomena dimensi keadilan dan kewajaran harga pada hotel berbintang. Terbuka peluang untuk penelitiannya selanjutnya menguji model *cross level* atau *multilevel* untuk mengetahui

bagaimana dimensi keadilan dan kewajaran harga berkembang dengan data pada hotel berbintang, serta bagaimana dampak terhadap perbedaan level bintang tersebut.

Keterbatasan kedua, penelitian ini dalam mengumpulkan data menggunakan metode *random sampling*. Meskipun *random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang umum digunakan karena dianggap lebih representatif, namun metode ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, seperti proses pengumpulan data dari sampel yang besar membutuhkan waktu yang cukup lama, terutama jika populasi tersebar secara geografis. Sesuaikan teknik pengambilan sampel dengan tujuan dan karakteristik populasi. Dimungkinkan dapat menggunakan metode lain seperti *stratified random sampling* atau *cluster sampling* untuk mengumpulkan data penelitian yang cepat dan akurat. Dengan pembatasan *cluster* profil responden juga dapat digunakan sebagai pengembangan atas penelitian selanjutnya.