

## **BAB V**

### **SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dengan pemodelan *structural equation modelling* (SEM), dan dijalankan melalui program AMOS versi 23, dimana untuk menguji ketiga hipotesis dengan objek Lazada pada penelitian ini, yang meliputi pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan pada vendor, PKME sebagai variabel yang memoderasi antara kepuasan dengan kepercayaan terhadap vendor, kepercayaan terhadap niat pembelian kembali, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kepuasan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepercayaan pada vendor
2. Persepsi keefektifan mekanisme *e-commerce* memiliki pengaruh moderasi positif signifikan terhadap variabel kepuasan dengan kepercayaan pada vendor
3. Kepercayaan pada vendor memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel niat pembelian kembali

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan pada penelitian ini, yang meliputi:

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengukur niat pembelian kembali berdasarkan variabel kepuasan dan kepercayaan, sehingga masih belum mampu menggambarkan pengaruh terhadap niat pembelian kembali secara keseluruhan,

karena mengukur niat pembelian kembali masih bisa diukur dengan berbagai variabel dan aspek-aspek lainnya.

2. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti satu *e-commerce* yaitu Lazada, mungkin untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan beberapa *e-commerce* yang ada di Indonesia, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, saran dan masukan yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

#### **1. Lazada**

Bagi pihak Lazada sebaiknya tetap mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan yang dirasakan pelanggan, sehingga diharapkan membuat pelanggan ingin selalu melakukan pembelian kembali di Lazada.

#### **2. Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran sebaiknya dalam melakukan penelitian bisa menambah variabel baru seperti kualitas pelayanan sebagai variabel untuk mengukur niat pembelian kembali.