

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penelitian, yaitu :

*Key E-Service Quality Dimensions* pada Bukalapak dapat dikategorikan memiliki tingkat yang tinggi karena nilai rata-rata jawaban respondennya adalah 3.098 dari nilai maksimal 4.

*Perceived Value* pada Bukalapak dapat dikategorikan memiliki tingkat yang cukup tinggi karena nilai rata-rata jawaban respondennya adalah 2.920 dari nilai maksimal 4.

*Customer Loyalty* pada Bukalapak dapat dikategorikan memiliki tingkat yang tinggi karena nilai rata-rata jawaban respondennya adalah 3.130 dari nilai maksimal

Terdapat hubungan langsung dan tidak langsung antara *Key E-Service Quality Dimensions* terhadap *Customer Loyalty* yang dimediasi oleh *Perceived Value*. Hubungan langsung tersebut memiliki nilai sebesar 0.557, sedangkan hubungan tidak langsungnya adalah sebesar 0.253.

### 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dalam pelaksanaannya mengalami beberapa hambatan dan keterbatasan, yaitu waktu penelitian yang terbatas tentu akan mempengaruhi jumlah pemilihan sampel, obyek, maupun kajian, dimana pengaruh tersebut akan mengurangi keakuratan sampel, obyek, maupun kajian. Kemudian nilai koefisien determinasi yang kurang tinggi memberikan gambaran mengenai jumlah variabel

penelitian yang kurang mencukupi, artinya masih banyak variabel lain diluar variabel penelitian ini yang mampu mempengaruhi *Customer Loyalty*.

### 5.3. Saran

Peneliti memberikan beberapa saran untuk peneliti-peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengangkat tema penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Menambah jumlah sampel agar lebih merepresentasikan keadaan atau persepsi masyarakat.
2. Menambah jumlah variabel independen dan variabel mediasi, beberapa variabel yang diajukan oleh peneliti adalah *customer satisfaction*, *word of mouth*, *e-word of mouth*, *brand image*, *company image*, *quality of product or services*, dan lain-lain.
3. Melakukan penelitian terhadap *e-commerce* pada toko *online* lainnya yang ada pada saat ini, untuk dapat membandingkannya dengan Bukalapak.