

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian yang dilakukan pada 200 pengguna JD.ID menggunakan teknik analisis linier berganda dan uji sobel diolah menggunakan Jamovi dan *Calculation for the Sobel Test*, dapat disimpulkan bahwa:

1. *E-trust* mempengaruhi *e-loyalty* pengguna JD.ID. *E-trust* mempengaruhi *e-loyalty* sebesar 65,3 persen dan pengaruh tersebut mempunyai pengaruh yang kuat.
2. *E-WOM* mempengaruhi *e-loyalty* pengguna JD.ID. *E-WOM* mempengaruhi *e-loyalty* sebesar 14,8 persen dan pengaruh tersebut mempunyai pengaruh yang sangat rendah.
3. *E-satisfaction* dapat memediasi hubungan antara *e-trust* terhadap *e-loyalty*.
4. *E-satisfaction* dapat memediasi hubungan antara dan *e-WOM* terhadap *e-loyalty*.

5.2 Saran Penelitian Selanjutnya

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti setelah melihat latar belakang masalah dengan hasil penelitian, dapat disampaikan sebagai berikut:

1. JD.ID harus berfokus pada peningkatan *e-trust*, *e-WOM* dan *e-satisfaction*. Dikarenakan dalam hasil penelitian ini faktor tersebut yang dapat meningkatkan atau menurunkan tingkat *e-loyalty* pelanggan JD.ID.
2. Saran untuk penulis selanjutnya adalah lebih fokus pada sub produk tertentu. Penelitian ini menggunakan sampel pengguna JD.ID secara umum atau universal, penulis selanjutnya diharapkan mencoba penelitian yang berfokus pada kategori produk tertentu sehingga didapatkan hasil yang lebih mendalam pada faktor yang dapat meningkatkan *e-loyalty* pada pengguna *e-commerce*. Peneliti selanjutnya juga diharapkan mencoba teknik analisis yang berbeda, supaya mendapatkan sudut pandang penelitian yang berbeda.

