

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada Bab IV dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 342 sampel yang diperoleh yang memenuhi asumsi normalitas hanya 286 data. Sehingga sisa data yang dimaksudkan adalah data yang digunakan untuk melakukan analisis SEM.
2. Hasil validitas dan reliabilitas variable laten model pengukuran juga menunjukkan bahwa indikator-indikator yang mengukur ketiga variable laten telah valid dan reliabel, dengan dimensi *trust*, *transaction* dan *repeat purchase* sebagai pengaruh paling besar terhadap variabel-variabel yang diukur.
3. Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Dengan nilai estimasi sebesar 1,809 variabel kepuasan pelanggan memberikan pengaruh langsung kepada loyalitas pelanggan secara signifikan.
4. Persamaan struktural yang diperoleh dari pengaruh langsung adalah sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan = 0,961 Kualitas Layanan

Loyalitas Pelanggan = -0,959 Kualitas Layanan

Loyalitas Pelanggan = 1,809 Kepuasan Pelanggan

5. Hasil analisis pengaruh tidak langsung atau pengaruh kualitas layanan *e-wallet* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah tidak ada. Dengan kata lain variabel kepuasan pelanggan tidak mengintervening atau memediasi variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,836 < 1,97$.

5.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menambahkan variabel indikator pada variabel loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.
2. Membandingkan metode estimasi parameter yang digunakan.
3. Memperluas jumlah populasi yang digunakan.
4. Melanjutkan analisis SEM sampai kepada hasil NPS (*Net Promoter Score*).

