

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Pengujiannya Hipotesis pertamanya diterima SIA ada keterkaitannya pada Kepuasan Pengguna *E-commerce*.
2. Pengujian pada Hipotesis keduanya diterima Kepercayaan ada keterkaitannya pada Kepuasan Pengguna *E-commerce*.
3. Pengujian pada Hipotesis ketiganya diterima Kualitas Pelayanan ada keterkaitannya pada Kepuasan Pengguna *E-commerce*.
4. Pengujian pada Hipotesis keempatnya diterima kesadaran wajib pajak bisa dipergunakannya sebagai moderasinya SIA pada Kepuasan Pengguna *E-commerce*.
5. Pengujian pada Hipotesis kelimanya diterima kesadaran wajib pajak bisa dipergunakannya sebagai moderasinya Kepercayaan pada Kepuasan Pengguna *E-commerce*.
6. Pengujian pada Hipotesis keenamnya ditolak kesadaran wajib pajak Tidak bisa dipergunakannya sebagai moderasinya Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pengguna *E-commerce*.

5.2 Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya terbatas pada UMKM di Kota Semarang sehingga peneliti hanya memperoleh responden sebanyak 119 responden yang digunakan pada penelitian ini.
2. Risetnya ini terbatas variabel Sistem Informasi Akuntansi, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, kesadaran wajib pajak dan Kepuasan Pengguna *E-commerce*.

5.3 Saran

1. Riset selanjutnya disarankan agar memperluas area responden dengan keseluruhan UMKM di Jawa Tengah supaya hasil penelitiannya bisa digeneralisasikan serta peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan

variabel moderasi selain kesadaran wajib pajak dikarenakan setelah dilakukan penelitian variabel tersebut tidak bisa dipergunakan sebagai moderasi.

2. Bagi UMKM supaya selalu mempertahankan kepuasan dalam penggunaan ecommerce supaya konsumen merasa puas dengan adanya Sistem Informasi Akuntansi, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan.

