

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Dari 100 konsumen *e-commerce* Bukalapak yang berdomisili di Jakarta Timur terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu kelompok konsumen yang puas dan kelompok konsumen yang tidak puas. Hal ini yang menyebabkan konsumen puas diantaranya kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, dan nilai pelanggan. Secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan uji *Wilk's Lambda* yang memiliki nilai sig. Sebesar 0,000. Pada analisis diskriminan, jika nilai sig. Kurang dari 0,05 maka di nyatakan variabel-variabel tersebut berpengaruh secara bersamaan. Variabel yang paling dominan membedakan diantara dua kelompok konsumen yang berdomisili di Jakarta Timur yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan. Hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen di kategorikan kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* sebesar 0,954.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang puas dan tidak puas dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, dan nilai pelanggan. Namun variabel yang paling dominan dalam membedakan dua kelompok konsumen *e-commerce* Bukalapak yang berdomisili di Jakarta Timur yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan. Sebaiknya perusahaan *e-commerce* Bukalapak dapat meningkatkan lagi kualitas pelayanan dan nilai pelanggannya. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen yang tidak puas dan akan terus mempertahankan kepercayaan pelanggannya pada konsumen yang berdomisili di Jakarta Timur.