

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:

Dari 160 konsumen *e-commerce* JD.ID di wilayah jabodetabek terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu kelompok konsumen yang puas dan kelompok konsumen yang tidak puas. Hal ini yang menyebabkan konsumen puas diantaranya nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Secara keseluruhan nilai pelanggan dan diferensiasi produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian oleh peneliti melalui analisis diskriminan, di dapat bahwa variabel nilai pelanggan dan diferensiasi produk signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen pada *e-commerce* JD.ID di wilayah jabodetabek. Hal itu dibuktikan dengan hasil *Test of Equality of Group Means* mendapat nilai Sig. Yang kurang dari 0,05.

Pada tabel wilk's lambda variable nilai pelanggan dan diferensiasi produk masuk kedalam odel analisis diskriminan karena mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dari itu variable nilai pelanggan dan diferensiasi produk masuk ke dalam model analisis diskriminan.

Pada tabel *eigenvalues* terdapat nilai *canonical correlation*. Cannonical correlation digunakan untuk mengukur hubungan keeratan korelasi antara skor

diskriminan dengan grup (karena ada dua tipe konsumen). Angka 0,890 menunjukkan hubungan keeratan yang kuat. Nilai canonical correlation sebesar 0,890 bila dikuadratkan $(0,890 \times 0,890) = 0,7921$, artinya 79,21% varians dari variabel independen (kelompok) dapat dijelaskan dari model diskriminan yang terbentuk.

Dilihat dari table *Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients* variabel nilai pelanggan mempunyai *Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients* yang tinggi sebesar 0,838, yang menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan adalah variabel yang paling penting (dominan) dibandingkan dengan variabel diferensiasi produk dalam membentuk persamaan diskriminan.

Berdasarkan hasil uji yang di dapat, bahwa kepuasan konsumen pada *e-commerce* JD.ID di wilayah jabodetabek disebabkan oleh nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Dimana konsumen yang puas dan tidak puas dipengaruhi oleh variabel nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Namun, variabel yang paling dominan membedakan diantara dua kelompok konsumen *e-commerce* JD.ID di wilayah jabodetabek yaitu variabel nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Sebaiknya *e-commerce* JD.ID meningkatkan nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen yang puas pada konsumen *e-commerce* JD.ID di wilayah jabodetabek.

5.2 Saran

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

Dimana konsumen yang puas dan tidak puas dipengaruhi oleh variabel nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Namun variabel yang paling dominan membedakan dua kelompok konsumen pengguna *e-commerce* JD.ID di wilayah jabodetabek yaitu variabel nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Sebaiknya *e-commerce* JD.ID meningkatkan nilai pelanggan dan diferensiasi produknya yang lebih baik lagi, khususnya pada pilihan produk. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen tidak puas dengan *e-commerce* JD.ID dan dapat bersaing dengan *e-commerce* lainnya. Sementara untuk pembaca skripsi dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang nilai pelanggan dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen.