

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 100 konsumen pengguna *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur menjadi dua kelompok, yaitu kelompok konsumen yang puas dan kelompok konsumen yang tidak puas. Hal yang menyebabkan konsumen puas diantaranya adalah nilai pelanggan, kepercayaan konsumen dan harga. Secara keseluruhan nilai pelanggan, kepercayaan konsumen dan harga berpengaruh membedakan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan uji *Wilk's Lambda* yang memiliki nilai sig. Sebesar 0,000. Di dalam analisis diskriminan, jika nilai sig kurang dari 0,05, maka dinyatakan variabel-variabel tersebut berpengaruh secara bersamaan.

Variabel yang paling dominan untuk membedakan diantara dua kelompok pada pengguna *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur yaitu variabel nilai pelanggan dan kepercayaan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *structure matrix* yang menunjukkan bahwa hanya variabel nilai pelanggan dan kepercayaan konsumen yang paling dominan dengan nilai 0,832 dan 0,781.

5.2 Saran

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

Dalam penelitian ini, variabel yang paling dominan dalam membedakan dua kelompok konsumen pada pengguna *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur yaitu variabel nilai pelanggan dan kepercayaan konsumen. Sebaiknya *e-commerce* Lazada dapat memperhatikan nilai pelanggan dan kepercayaan konsumennya yang lebih baik lagi. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen yang tidak puas dan meningkatkan konsumen yang puas dengan *e-commerce* Lazada.

