

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 *e-commerce* Tokopedia di wilayah Kota Bekasi terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu kelompok konsumen yang loyal dan kelompok konsumen yang tidak loyal. Hal ini yang menyebabkan konsumen loyal diantaranya *e-service quality* dan *e-trust*. Secara keseluruhan *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian oleh peneliti melalui analisis diskriminan, di dapat bahwa variabel *e-service quality* dan *e-trust* signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen pada *e-commerce* Tokopedia di wilayah Kota Bekasi. Hal itu dibuktikan dengan hasil *Test of Equality of Group Means* mendapat nilai Sig yang kurang dari 0,05.

Pada tabel *wilk's lambda* variabel *e-service quality* dan *e-trust* masuk kedalam model analisis diskriminan karena mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dari itu variabel *e-service quality* dan *e-trust* masuk ke dalam model analisis diskriminan. Pada tabel *eigenvalues* terdapat nilai *canonical correlation*. *Canonical correlation* digunakan untuk mengukur hubungan keeratan korelasi antara skor diskriminan dengan grup

(karena ada dua tipe konsumen). Angka 0,854 menunjukkan hubungan keeratan yang kuat. Nilai *cannonical correlation* sebesar 0,854 bila dikuadratkan ($0,854 \times 0,854$) = 0,7293, artinya 72,93% varians dari variabel independen (kelompok) dapat dijelaskan dari model diskriminan yang terbentuk.

Dilihat dari tabel *Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients* variabel *e-service quality* mempunyai *Standardized Canonical Dicriminant Function Coefficients* yang tinggi sebesar 0,684, yang menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* adalah variabel yang paling penting (dominan) dibandingkan dengan varibel *e-trust* dalam membentuk persamaan dikriminan.

Berdasarkan hasil uji yang di dapat, bahwa loyalitas konsumen pada *e-commerce* Tokopedia di wilayah Kota Bekasi disebabkan oleh *e-service quality* dan *e-trust*. Dimana konsumen yang loyal dan tidak loyal dipengaruhi oleh variabel *e-service quality* dan *e-trust*. Namun, variabel yang paling dominan membedakan diantara dua kelompok konsumen *e-commerce* Tokopedia di wilayah Kota Bekasi yaitu variabel *e-service quality*.

5.2 Saran

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

Dimana konsumen yang loyal dan tidak loyal dipengaruhi oleh variabel *e-service quality* dan *e-trust*. Namun variabel yang paling dominan membedakan dua kelompok konsumen pengguna *e-commerce* Tokopedia di wilayah Kota Bekasi yaitu variabel *e-service quality*. Sebaiknya *e-commerce* Tokopedia meningkatkan *e-trust* agar lebih baik lagi. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen tidak loyal dengan *e-commerce* Tokopedia dan dapat bersaing dengan *e-commerce* lainnya. Sementara untuk pembaca skripsi dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang *e-service quality* dan *e-trust* terhadap loyalitas konsumen.

