

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 Lazada di wilayah 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 kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian oleh peneliti melalui analisis diskriminan, didapat bahwa variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen pada *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur. 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 kualitas pelayanan dan nilai pelanggan masuk kedalam model analisis diskriminan karena mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dari itu variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan masuk ke dalam model analisis diskriminan.

Pada tabel *eigenvalues* terdapat nilai *canonical correlations*. *Canonical correlations* digunakan untuk mengukur hubungan keeratan korelasi antara skor diskriminan dengan grup (karena ada dua tipe konsumen). Angka 0,887 menunjukkan hubungan keeratan yang kuat. Nilai *canonical correlations* sebesar 0,887 bila dikuadratkan $(0,887 \times 0,887) = 0,7868$, artinya 78,68% varians dari variabel independen (kelompok) dapat dijelaskan dari model diskriminan yang terbentuk.

Dilihat dari tabel *Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients* variabel kualitas pelayanan mempunyai *Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients* yang tinggi sebesar 0,657 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah variabel yang paling penting (dominan) dibandingkan dengan variabel nilai pelanggan dalam membentuk persamaan diskriminan.

Berdasarkan hasil uji yang didapat, bahwa kepuasan konsumen pada *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur disebabkan oleh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Dimana konsumen yang puas dan tidak puas dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Namun, variabel yang paling dominan membedakan antara dua kelompok konsumen *e-commerce* Lazada di wilayah yaitu variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan

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 kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan nilai pelanggan. Namun variabel yang paling dominan membedakan dua kelompok konsumen pengguna *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur yaitu variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Sebaiknya perusahaan *e-commerce* Lazada dapat memperhatikan kepercayaan pelanggan agar lebih baik lagi. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen yang puas dengan *e-commerce* Lazada di wilayah Jakarta Timur dan dapat bersaing dengan *e-commerce* lainnya.