

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 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 harga dan nilai pelanggan. Secara keseluruhan harga 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 yaitu variabel nilai pelanggan. Hubungan antara harga dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen di kategorikan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* sebesar 0,925.

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 harga dan nilai pelanggan. Namun variabel yang paling dominan membedakan dua kelompok konsumen pengguna *e-commerce* Bukalapak di wilayah Jakarta Timur yaitu variabel nilai pelanggan. Sebaiknya perusahaan *e-commerce* Bukalapak dapat memperbaiki harga agar lebih baik lagi. Dengan adanya perbaikan tersebut dapat diharapkan meminimalisir konsumen tidak yang puas dengan *e-commerce* Bukalapak di wilayah Jakarta Timur dan dapat bersaing dengan *e-commerce* lainnya.

