

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari 200 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 yang puas diantaranya nilai pelanggan, kepercayaan konsumen dan diferensiasi produk.
2. Secara keseluruhan nilai pelanggan, kepercayaan konsumen dan diferensiasi produk 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.
3. Variabel yang paling dominan membedakan diantara dua kelompok konsumen pada pengguna *e-commerce* Bukalapak di wilayah Jakarta Timur yaitu adalah variabel nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Hubungan antara nilai pelanggan, kepercayaan konsumen dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen di kategorikan kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* sebesar 0,508.

## 5.2 Saran

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

1. Dimana konsumen yang puas dan tidak puas dipengaruhi oleh variabel nilai pelanggan, kepercayaan konsumen dan diferensiasi produk. Namun variabel yang paling dominan membedakan kedua kelompok konsumen pengguna *e-commerce* Bukalapak di wilayah Jakarta Timur yaitu variabel nilai pelanggan dan diferensiasi produk. Sebaiknya *e-commerce* Bukalapak dapat memperhatikan nilai pelanggan dan diferensiasi produk yang lebih baik lagi. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan konsumen yang puas dengan *e-commerce* Bukalapak.
2. *E-commerce* Bukalapak harus selalu mempertahankan nilai pelanggan yang baik, karena dengan nilai pelanggan yang baik dapat menjadikan *e-commerce* Bukalapak terus dapat bersaing dengan *e-commerce* lainnya, lalu kepercayaan konsumen dan deferensiasi produk juga perlu di tingkatkan agar para konsumen tetap setia kepada *e-commerce* Bukalapak yang dapat sangat menguntungkan bagi *e-commerce* Bukalapak.