

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap nilai pelanggan pada *e-commerce* Bukalapak, berdasarkan diferensiasi produk maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

Diferensiasi produk mempunyai pengaruh terhadap nilai pelanggan yang ditunjukkan nilai oleh R sebesar 46,4% artinya bahwa variabel independen diferensiasi produk (X_1) dapat menjelaskan variabel nilai pelanggan (Y). Disamping itu diferensiasi produk memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai pelanggan Y memiliki persamaan $Y = 18,702 + 0,237 X_1$. Artinya semakin meningkat diferensiasi produk akan meningkat pula nilai pelanggan pada *e-commerce* Bukalapak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

Pada pengaruh diferensiasi produk terhadap nilai pelanggan *e-commerce* lebih ditingkatkan lagi seperti penawaran dan penciptaan produk/citra produk sebagai pembeda dari *e-commerce* lainnya agar nilai pelanggan pada *e-commerce* Bukalapak lebih meningkat atau baik lagi.