

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana penelitian ini digunakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian *content analysis* deskriptif. Maka kesimpulan perilaku konsumen dalam menggunakan platform *marketplace* shoppe pada produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash, memiliki beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumen seperti faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi, dan juga dipengaruhi oleh faktor cuaca. Hal tersebut telah dibuktikan oleh peneliti berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

1. Faktor sosial, perilaku konsumen dalam memberikan ulasan terkait produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash juga dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok acuan yang dijelaskan bahwa konsumen mendapatkan rekomendasi dari teman sehingga tertarik untuk membeli produk, lalu keluarga yang dijelaskan bahwa konsumen menggunakan produk tersebut karena dibelikan oleh peranakan keluarga seperti (kakak dan ibu), serta peran dan status yang dijelaskan bahwa konsumen lebih percaya diri untuk tampil dilingkungan masyarakat sejak menggunakan produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash.
2. Faktor Pribadi, perilaku konsumen dalam memberikan ulasan terkait produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash juga dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi, melalui pengamatan yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen cenderung juga tidak hanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor pribadi seperti umur. Umur atau usia memang sangat menentukan sekali dalam mengkonsumsi produk skin care dan konsumen merasa bahwa produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash dapat cocok digunakan untuk kalangan usia muda. Pada intinya perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor pribadi (usia) dalam membeli serta menggunakan produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash.

3. Faktor Psikologi, perilaku konsumen dalam memberikan ulasan terkait produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash juga dapat dipengaruhi oleh faktor psikologi, yang meliputi motivasi dan juga persepsi. Motivasi yang didapatkan oleh konsumen yang membuat konsumen tertarik untuk menggunakan, membeli serta mengevaluasi produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash. Seperti yang dijelaskan bahwa faktor motivasi yang didapatkan oleh konsumen berasal dari banyaknya diskon yang diberikan oleh penjual sehingga membuat konsumen termotivasi untuk kembali membeli produk tersebut, selain dari banyaknya diskon konsumen juga merasa bahwa produk dari Scarlett ini mampu memberikan performa terbaik untuk kepuasan konsumen sendiri, sehingga karena produk yang diberikan sangat bagus dan berkualitas, sehingga membuat konsumen termotivasi untuk kembali membeli.
4. Faktor cuaca, konsumen menganggap bahwa cuaca menjadi faktor penting yang membuat konsumen memilih produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash, disebutkan oleh konsumen bahwa produk tersebut mampu melindungi konsumen dari cahaya sinar matahari, menempel dikulit wajah konsumen, sehingga dari beberapa faktor yang disebutkan oleh konsumen, bahwa perilaku konsumen dalam membeli produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash melalui platform *marketplace* Shopee, salah satunya juga dipengaruhi oleh faktor cuaca.

5.2 Saran

Setelah selesai dilakukannya penelitian, ada beberapa saran dari penulis yakni:

1. Saran kepada Produk dari Scarlet Whitening : Brightening facial wash agar usahanya tetap maju dan terus berkembang. Saran tersebut yaitu agar produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash dapat mempertahankan eksistensinya melalui platform marketplace Shoppe, dengan terus memberikan promo terbaik serta kualitas produk yang membuat konsumen tertarik untuk memilih, melakukan transaksi pembelian serta mengevaluasi dari produk Scarlett Whitening Brightening Facial Wash. Serta dapat melakukan strategi pemasaran promosi terbaru yang

inovatif agar produk dari Scarlett Whitening Brightening Facial Wash agar lebih banyak dikenal oleh banyak masyarakat khususnya di Indonesia.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan melanjutkan penelitian yang sejenis dengan berbagai sudut pandang yang berbeda dengan menggunakan metode *content analysis* serta meneliti hal yang masih kurang atau belum, karena mungkin masih terdapat ulasan yang terkandung pada perilaku konsumen dari sudut pandang yang berbeda. Dengan adanya penelitian yang berbeda, diharapkan agar semakin banyaknya literature penelitian yang dapat dipakai dalam bentuk memperbanyak ilmu pada para calon peneliti selanjutnya.

