

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong pembelian produk Wardah oleh Gen Z Desa Gogodalem Timur. Narasumber yang menjadi informan yakni Gen Z Desa Gogodalem Timur memberikan ulasan positif terhadap produk Wardah. Produk-produk buatan Wardah banyak diminati oleh Gen Z Desa Gogodalem Timur. Mereka mengklaim bahwa produk Wardah adalah produk yang berkualitas tinggi dan pastinya halal untuk digunakan oleh umat Muslim karena telah terverifikasi halal MUI.

Produk Wardah merupakan naungan dari perusahaan di industri kosmetik dengan nama PT. *Paragon Innovation and Technology*. PT. *Paragon Innovation and Technology* menawarkan produknya baik secara konvensional maupun *online*. Media sosial dan *marketplace* digunakan sebagai saluran media dalam pemasaran digital. Memanfaatkan media sosial untuk pemasaran sangat berguna untuk promosi pemasaran, menjual barang, dan menerima umpan balik dari konsumen dengan cepat.

Faktor-faktor pendorong pembelian produk Wardah oleh Gen Z Desa Gogodalem Timur dapat dikelompokkan dalam faktor budaya, faktor sosial, dan faktor ekonomi. Faktor budaya seperti kecantikan orang Indonesia yang menginginkan kosmetik halal dapat terpenuhi oleh produk Wardah yang telah terverifikasi halal MUI. Verifikasi ini tentunya akan menjamin kualitas produk Wardah aman untuk penggunaannya. Pengaruh lingkungan sosial menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk Wardah. Dalam hal ini, konsumen akan terpengaruh oleh opini maupun masukan dari sanak saudara

maupun teman-temannya yang telah menggunakan produk Wardah sebelumnya. Faktor ekonomi mempengaruhi kemudahan serta kenyamanan konsumen dalam membeli produk Wardah secara *online*. Dengan membeli produk Wardah secara *online* konsumen mendapat banyak keuntungan seperti fleksibilitas dan efisiensi.

Disisi lain, konsumen sekarang mengharapkan cara yang lebih cepat untuk menyelesaikan pembelian seiring kemajuan teknologi, tak terkecuali dengan Gen Z Desa Gogodalem Timur. Gen Z Desa Gogodalem Timur memiliki fleksibilitas dan kemandirian saat memilih, memutuskan, dan melakukan pembelian untuk barang yang akan mereka beli saat berbelanja *online*. Promosi penjualan Wardah di media sosial memberikan insentif langsung bagi Gen Z Desa Gogodalem Timur untuk melakukan pembelian. Karena banyaknya promo Shopee, seperti free ongkir, cashback, flash sale, dan lain-lain, banyak Gen Z Desa Gogodalem Timur yang membeli produk Wardah di sana. Gen Z Desa Gogodalem Timur dapat memperoleh dan menggunakan item Wardah dengan lebih cepat dan mudah dengan cara ini.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan yakni, dengan perkembangan zaman yang memudahkan segala aktivitas masyarakatnya memudahkan masyarakat dalam menjalani kehidupannya. Adanya berbelanja *online* yang sedang marak belakangan ini memudahkan para konsumennya untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Namun, jika masyarakat tidak bisa membatasi diri membedakan mana kebutuhan primer dan sekunder, masyarakat akan terjebak dengan kehidupan yang konsumtif. Maka dari itu, penulis menghimbau masyarakat harus menjadi konsumen yang pintar, dengan menggunakan perkembangan teknologi dengan bijak.