

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengulas dampak pengalaman konsumen dan nilai konsumen melalui kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen terhadap produk Make-up Luxcrime di platform E-commerce Shopee, berikut hasil kesimpulan yang bisa diambil yaitu :

1. Variabel Pengalaman Konsumen menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Make-up Bedak *Two Way Cake* Luxcrime di Platform E-commerce Shopee. ini menandakan bahwa tingkat pengalaman konsumen berperan krusial dalam penggunaan produk tersebut. dengan kata lain, semakin positif pengalaman yang dialami konsumen, semakin meningkat tinggi loyalitas yang pembeli tunjukkan. Konsumen mengalami pengalaman yang memuaskan cenderung untuk kembali menggunakan produk tersebut, sehingga membentuk loyalitas yang dapat dijaga oleh perusahaan.
2. Variabel Nilai Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Make-up Bedak *Two Way Cake* Luxcrime di Platform E-commerce Shopee. artinya bahwa pengaruh Nilai Konsumen menjadi faktor utama bagi konsumen dalam menilai ekonomis yang sepadan dengan kualitasnya dan menggunakan produk tersebut. sehingga, semakin tinggi tingkat rasa emosional yang didapat konsumen dalam memakai produk Make-up tersebut maka akan menciptakan rasa loyalitas yang kuat sehingga konsumen tidak akan berlari ke produk Make-up yang lain dan akan selalu setia memakai Produk tersebut.
3. Variabel Pengalaman Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Make-up Bedak *Two Way Cake* Luxcrime di Platform E-commerce Shopee. artinya bahwa pengaruh Pengalaman Konsumen menjadi faktor utama bagi konsumen merasakan dan menggunakan produk tersebut. sehingga, semakin tinggi tingkat pengalaman yang dialami konsumen maka akan merasa puas terhadap sebuah produk tersebut. sehingga, Produk Make-up tersebut memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen akan

produk kecantikan yang berkualitas serta terjangkau. dan Konsumen akan merasakan pengalaman positif dan secara alami akan berbagi cerita kepada orang – orang disekitarnya tentang pengalaman yang mereka dapatkan.

4. Variabel Nilai Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Make-up Bedak *Two Way Cake* Luxcrime diPlatform E-commerce Shopee. Artinya bahwa pengaruh Nilai Konsumen menjadi faktor utama bagi konsumen dalam menilai ekonomis yang sepadan dengan kualitasnya dan menggunakan produk tersebut. sehingga, jika Konsumen menganggap produk Make-up Bedak *Two Way Cake* Luxcrime sebagai nilai yang baik, mereka cenderung merasa puas dan nilai kualitas yang baik kepada konsumen, maka akan tercipta perasaan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
5. Variabel Kepuasan Konsumen tidak mempunyai pengaruh serta signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Make-up Bedak *Two Way Cake* Luxcrime diPlatform E-commerce Shopee. maka artinya untuk pengaruh Kepuasan Konsumen bukan menjadi faktor utama bagi konsumen untuk tetap Loyalitas dalam menggunakan produk Make-up tersebut.
6. Variabel Pengalaman Konsumen tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai *intervening* pada produk Make-up Bedak *Two Way Cake* Luxcrime diPlatform E-commerce Shopee. Maka artinya untuk pada pengaruh Kepuasan Konsumen sebagai variabel *intervening*/mediasi tidak mampu menjadi variabel penghubung untuk variabel Pengalaman Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.
7. Variabel Nilai Konsumen tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai *Intervening* pada Produk Make-up Bedak *Two Way Cake* Luxcrime diPlatform E-commerce Shopee. maka artinya untuk pada pengaruh Kepuasan Konsumen sebagai variabel *intervening*/mediasi tidak mampu menjadi variabel penghubung untuk variabel Nilai Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.

B. Saran

Berdasarkan Penelitian ini, disarankan untuk mempertimbangkan dampak Pengalaman Konsumen dan Nilai Konsumen melalui Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Make-up Luxcrime di Platform E-commerce Shopee. Berikut ada saran yang bisa diajukan di hasil penelitian ini, yakni :

1. Saran Bagi Akademis

Saran untuk peneliti akademis adalah untuk mengarahkan fokus penelitian pada inovasi dalam studi yang berkaitan dengan Pengalaman Konsumen, Nilai Konsumen, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen, serta variabel lain yang relevan. Tujuannya adalah untuk menghasilkan temuan yang lebih beragam dan mendalam, Peneliti berikutnya disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan teori yang lebih relevan untuk mendukung pengembangan dan penyempurnaan penelitian ini. dengan demikian, dapat tercipta perspektif yang lebih beragam dan mendalam dalam pemahaman fenomena yang diteliti.

2. Saran Bagi Perusahaan

Perusahaan Luxcrime disarankan untuk mengkaji produk atau layanan yang ditawarkan guna menyesuaikan harga dengan kondisi pasar saat ini. Perusahaan harus memantau dan menyesuaikan harga produk atau layanan sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing untuk mengantisipasi strategi jika konsumen tertarik untuk membeli produk atau layanan dari pesaing karena harga yang lebih rendah. Ini sangat penting mengingat persaingan yang ketat di pasar dengan adanya produk atau layanan sejenis dengan harga yang lebih terjangkau. selain itu, Perusahaan juga perlu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen terkait penggunaan produk Make-up yang ditawarkan. dengan demikian, perusahaan dapat memberikan nilai tambah yang positif kepada konsumen dan mendorong mereka untuk berbagi pengalaman positif mereka kepada orang lain, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk Make-up Luxcrime yang dijual di Platform E-commerce Shopee.