

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Strategi *Digital Marketing*, Kualitas Konten Digital, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen Gen Z pada produk kosmetik Wardah *Glasing Liquid Lip* melalui *platform* TikTok di Jakarta Timur, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Gen Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh Wardah melalui TikTok, seperti penggunaan konten yang menarik, interaktif, serta sesuai dengan karakteristik Gen Z, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen terhadap produk Wardah *Glasing Liquid Lip*.
2. Kualitas konten digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Gen Z. Konten yang informatif, edukatif, kreatif, dan menghibur mampu meningkatkan ketertarikan serta keterlibatan konsumen terhadap produk. Dengan demikian, kualitas konten digital yang baik dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.
3. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Gen Z. Kepercayaan yang dibangun melalui transparansi informasi produk, kejelasan manfaat, serta citra merek yang positif dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap produk Wardah *Glasing Liquid Lip*. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk tetap setia menggunakan produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan loyalitas konsumen, khususnya produk Wardah *Glasting Liquid Lip*. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Strategi *digital marketing* pada produk Wardah *Glasting Liquid Lip* masih perlu ditingkatkan, khususnya pada tingkat komitmen. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan konsumen terhadap produk masih perlu diperkuat melalui strategi *digital marketing* yang mampu membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dalam hal ini, Wardah dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan konsumen melalui media sosial, seperti menghadirkan konten digital yang lebih informatif mengenai keunggulan produk, ulasan penggunaan produk, serta kampanye digital yang mendorong partisipasi konsumen. Dengan demikian, konsumen tidak hanya sekadar mengenal produk, tetapi juga memiliki kepercayaan serta keterikatan yang lebih kuat terhadap Wardah *Glasting Liquid Lip* sehingga mampu meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Kualitas konten digital yang ditampilkan oleh Wardah masih perlu ditingkatkan dalam membangun koneksi dengan konsumen. Wardah perlu memperhatikan pengalaman konsumen, sesi tanya jawab, dan interaksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, Wardah juga dapat menghadirkan konten digital yang lebih menarik, informatif, dan relevan dengan kebutuhan konsumen, seperti tutorial penggunaan produk, ulasan produk, serta konten yang menampilkan pengalaman nyata konsumen dalam menggunakan Wardah *Glasting Liquid Lip*. Hal ini diharapkan dapat membuat konsumen merasa lebih dekat dengan merek sehingga loyalitas mereka juga meningkat terhadap produk Wardah *Glasting Liquid Lip*.
3. Kepercayaan pelanggan terhadap produk Wardah *Glasting Liquid Lip* masih perlu ditingkatkan pada aspek kejujuran. Wardah perlu menunjukkan dan memberikan informasi produk yang lebih transparan, seperti menjelaskan kandungan produk, manfaat, serta keamanan penggunaan produk secara jelas kepada konsumen. Selain itu, Wardah juga perlu menjaga konsistensi kualitas produk serta memperkuat komunikasi dengan konsumen melalui media digital

dengan memberikan respon yang cepat terhadap pertanyaan maupun keluhan pelanggan. Hal ini diharapkan dapat memberikan kepercayaan pelanggan yang terus meningkat dan memberikan kontribusi yang lebih besar dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk Wardah *Glasing Liquid Lip*.

