

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil pengujian dengan PLS memperlihatkan bahwasannya variabel E-WOM dan kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian *cream blush* Wardah Colorfit di Kota Surabaya, maka, dapat ditarik kesimpulan seperti dibawah ini:

1. E-WOM berkontribusi terhadap keputusan pembelian *cream blush* Wardah Colorfit di Kota Surabaya. Artinya, semakin baik suatu konten yang diunggah di media sosial, maka, semakin memengaruhi keputusan pembelian produk *cream blush* Wardah Colorfit oleh konsumen yang berdomisili di Kota Surabaya.
2. Kualitas produk berkontribusi terhadap keputusan pembelian *cream blush* Wardah Colorfit di Kota Surabaya. Artinya, semakin baik kualitas suatu produk, maka, semakin berpengaruh pada keputusan pembelian *cream blush* Wardah Colorfit oleh konsumen yang berdomisili di Kota Surabaya.

#### 5.2 Saran

Berlandaskan temuan dari penelitian berikut, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan, yakni seperti dibawah ini:

1. Wardah diharapkan mampu terus berinovasi dan mengeksplor pendekatan yang cocok diaplikasikan kepada target pasar yang bertujuan guna

meningkatkan interaksi konsumen terhadap konten yang membahas tentang *cream blush* Wardah Colorfit.

2. Wardah diharapkan mampu memperbaiki formula produk *cream blush* seri Colorfit supaya tetap konsisten dan berkomitmen terhadap klaim bahwasannya produk berikut memakai teknologi *glow color pigment* guna menghasilkan hasil riasan yang memberi kesan *healthy-finish look*. Hal berikut juga dipakai guna menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk agar melaksanakan pembelian ulang setelah produk habis.