

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan beserta teori dan konsep yang mendukung mengenai Perilaku Penciptaan Bersama Nilai Pelanggan Ditinjau dari Keinovatifan Konsumen dan Keterlibatan Pelanggan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Keinovatifan Konsumen, Keterlibatan Pelanggan dan Perilaku Penciptaan Bersama Nilai Pelanggan dirinci sebagai berikut :

- a. Tanggapan responden mengenai Keinovatifan Konsumen pada *Scarlett Whitening* baik. Terdapat empat indikator, yaitu : *Fungsional, Hedonis, Kognitif, dan Sosial*. Skor tertinggi yaitu pada *Hedonis* yang menunjukkan bahwa tekstur, aroma, dan pengalaman perawatan membawa sensasi yang menyenangkan kepada responden. Sementara skor terendah yaitu pada *Kognitif* yang menunjukkan bahwa para responden tersebut tidak terdorong untuk mengeksplorasi perawatan wajah dengan cara berbeda, hal tersebut terjadi kurangnya motivasi untuk mengubah metode yang dapat membuat mereka tetap pada kebiasaan yang sudah ada.
- b. Tanggapan responden mengenai Keterlibatan Pelanggan pada *Scarlett Whitening* baik. Terdapat tiga indikator, yaitu : *Absorption, Interaction, dan Identification*. Skor tertinggi yaitu pada *Absorption* yang menunjukkan bahwa responden menyatakan merasa sangat senang menghabiskan waktunya dan

pikiran untuk mempelajari, berinteraksi, dan berbagi pengalaman dengan menggunakan produk *Scarlett Whitening* dan Identification yang menunjukkan bahwa responden menyatakan sangat memahami komunikasi yang dibangun oleh *Scarlett Whitening* dengan jelas dan konsisten mengenai nilai, manfaat, dan tujuan. Sementara skor terendah yaitu pada Interaction yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat tidak interaksi dengan *Scarlett Whitening* melalui platform yang efektif, hal ini disebabkan oleh interaksi kurang menginspirasi atau tidak memotivasi responden untuk terlibat lebih dalam. *Scarlett Whitening* belum berhasil menggugah minat atau kreatifitas responden dalam berinteraksi.

- c. Tanggapan responden mengenai *Customer Participation Behavior* pada *Scarlett Whitening* baik. Terdapat empat indikator, yaitu : Pencarian Informasi, Berbagi Informasi, Perilaku Bertanggung Jawab, dan Interaksi Personal. Skor tertinggi yaitu pada Perilaku Bertanggung Jawab yang menunjukkan bahwa responden bekerjasama dengan baik ketika menerima arah atau prosedur penggunaan produk *Scarlett Whitening*. Sementara skor terendah yaitu Berbagi Informasi yang menunjukkan bahwa pelanggan tidak turut aktif memberikan informasi kepada *Scarlett Whitening*, hal ini disebabkan oleh beberapa responden merasa bahwa berkonsultasi atau memberikan informasi kepada merek tidak sesuai dengan tingkat keterlibatan atau minat mereka. Mereka merasa bahwa hal tersebut tidak relevan atau penting bagi mereka.

- d. Tanggapan responden mengenai *Customer Citizenship Behavior* pada *Scarlett Whitening* baik. Terdapat tiga indikator, yaitu : Advokasi, Membantu, dan Toleransi. Skor tertinggi yaitu pada Advokasi yang menunjukkan bahwa responden mengatakan hal hal yang positif tentang *Scarlett Whitening* dan merekomendasikanya kepada orang lain. Sementara skor terendah yaitu Toleransi yang menunjukkan bahwa responden tidak siap mentolerir *Scarlett Whitening* jika produknya tidak sesuai dengan yang diharapkan, hal ini disebabkan oleh responden memiliki harapan tertentu terhadap produk berdasarkan informasi yang diberikan atau pengalaman sebelumnya. Jika produk tidak memenuhi harapan tersebut, konsumen bisa merasa kecewa dan sulit untuk mentolerir ketidak cocokan
2. Dari hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel Keinovatifan Konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Participation Behavior*. Artinya, semakin baik Keinovatifan Konsumen, maka *Customer Participation Behavior* juga meningkat.
 3. Dari hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel Keinovatifan Konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Citizenship Behavior*. Artinya, semakin baik Keinovatifan Konsumen, maka *Customer Citizenship Behavior* juga meningkat.
 4. Dari hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel Keterlibatan Pelanggan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Participation Behavior*. Artinya, semakin baik Keterlibatan Pelanggan, maka *Customer Participation Behavior* juga meningkat.

5. Dari hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel Keterlibatan Pelanggan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Citizenship Behavior*. Artinya, semakin baik Keterlibatan Pelanggan, maka *Customer Citizenship Behavior* juga meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka Penulis menyarankan :

1. Keinovatifan Konsumen pada konsumen *Scarlett Whitening* termasuk kedalam kategori baik. Namun, disarankan pada indikator Kognitif menawarkan promosi khusus dengan merancang program khusus yang menawarkan diskon atau bonus bagi mereka yang mencoba perawatan baru atau yang lebih eksperimental. Ini dapat menjadi insentif bagi pelanggan untuk melangkah keluar zona nyaman konsumen.
2. Keterlibatan Pelanggan pada pelanggan *Scarlett Whitening* termasuk kedalam kategori baik. Namun, disarankan pada indikator *Interaction* untuk menawarkan layanan live chat di situs web atau aplikasi mobile. Ini memungkinkan pelanggan untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan respon langsung. Dukungan online juga membantu meningkatkan interaksi secara instan. Adapun membuat forum online untuk diskusi di media sosial. Diskusi ini dapat melibatkan topik seputar perawatan wajah, produk, dan pengalaman pelanggan.

3. *Customer Participation Behavior* pada konsumen *Scarlett Whitening* termasuk dalam kategori baik. Namun, disarankan pada indikator Berbagi Informasi untuk memberikan pelanggan kesempatan untuk berpartisipasi dalam mengambil keputusan terkait produk atau layanan. Ini dapat membuat pelanggan merasa lebih terlibat dan dihargai. Adapun membuat komunikasi yang terbuka dan ramah agar pelanggan merasa tetap nyaman dalam berbagi pendapat dan pengalaman mereka.
4. *Customer Citizenship Behavior* pada konsumen *Scarlett Whitening* termasuk dalam kategori baik. Namun, disarankan pada indikator Toleransi untuk memberikan edukasi pelanggan tentang variasi alami dalam hasil produk. Setiap kulit unik, dan hasil dapat bervariasi dari individu ke individu dan Berikan jaminan kualitas atau kepuasan kepada pelanggan. Jika mereka tidak puas dengan produk, mereka dapat mengembalikan atau menukarkannya.