

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian menggunakan metode deskriptif dan kausalitas dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM) pengaruh *Country of Origin* dan *Online Customer Review* di platform female daily terhadap Keputusan pembelian produk *moisturizer* laboré dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran *Country of Origin* produk moisturizer Laboré.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel *Country of Origin* yang terdiri atas tiga dimensi, yaitu *Country Beliefs*, *People Affect*, dan *Desired Interaction*, menunjukkan hasil rata-rata persentase skor dalam kategori sangat baik, yang mengindikasikan bahwa responden memiliki persepsi positif terhadap citra negara asal produk Laboré. Responden percaya bahwa Laboré merupakan produk yang berkualitas meskipun berasal dari Indonesia, yang selama ini belum dikenal luas sebagai negara produsen skincare unggulan. Temuan ini juga menguatkan bahwa identitas lokal Laboré tidak menjadi hambatan dalam membentuk nilai *Country of Origin* yang positif, melainkan justru memperkuat kepercayaan terhadap brand lokal.

2. Gambaran *Online Customer Review* produk moisturizer Laboré di platform Female Daily

Variabel *Online Customer Review* yang mencakup enam dimensi, yaitu *Attitude toward OCR*, *Review Quality*, *Review Quantity*, *Perceived Usefulness of Information*, *Information Processing Capability*, dan *Source Credibility*, memperoleh rata-rata skor yang termasuk dalam kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa *review-review* yang tersedia di platform Female Daily dipandang informatif, kredibel, dan membantu dalam pengambilan keputusan pembelian. Dimensi dengan skor tertinggi adalah

Perceived Usefulness of Information, menandakan bahwa konten *review* dianggap sangat berguna bagi pembaca dalam menilai produk Laboré.

3. Gambaran Keputusan pembelian produk moisturizer Laboré.

Variabel Keputusan pembelian yang terdiri dari enam dimensi: *Product Choice, Brand Choice, Store Choice, Purchase Quantity, Purchase Timing*, dan *Payment Method*, memperoleh skor rata-rata yang juga tergolong sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah menunjukkan sikap positif dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk Laboré, mulai dari memilih produk, toko, waktu pembelian, hingga metode pembayaran yang digunakan. Keputusan pembelian tersebut kemungkinan besar dipengaruhi oleh *review* konsumen dan persepsi terhadap asal produk.

4. Pengaruh *Country of Origin* terhadap Keputusan pembelian produk moisturizer Laboré.

Berdasarkan hasil analisis jalur menggunakan SEM-PLS, diketahui bahwa variabel *Country of Origin* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap negara asal produk Laboré yaitu Indonesia, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, hipotesis Ha yang menyatakan bahwa *Country of Origin* berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian diterima. Temuan ini memperkuat bahwa konsumen kini semakin terbuka dan percaya pada produk skincare lokal yang mampu bersaing dengan produk luar negeri, terutama jika didukung dengan kualitas dan informasi yang jelas.

5. Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan pembelian produk moisturizer Laboré.

Hasil uji pengaruh juga menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Review* berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian. *Review-review* konsumen yang tersedia di platform Female Daily menjadi referensi utama bagi pengguna dalam mempertimbangkan pembelian

produk. Oleh karena itu, hipotesis Ha yang menyatakan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian diterima. Semakin tinggi kualitas dan kredibilitas *review* yang diterima, maka semakin kuat pula dampaknya dalam membentuk minat dan keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan terkait pengaruh *Country of Origin* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan pembelian moisturizer Laboré, peneliti mengajukan saran dan rekomendasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak terkait, terutama pelaku industri skincare lokal dan platform *review* seperti Female Daily. Saran ini juga diharapkan menjadi acuan untuk penelitian sejenis di masa mendatang.

1. Gambaran *Country of Origin* produk moisturizer Laboré.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, gambaran persepsi *Country of Origin* terhadap produk moisturizer Laboré menunjukkan nilai rata-rata skor pada kategori tinggi. Namun, terdapat dua indikator dengan persentase terendah, yaitu dimensi *people affect* dan *desired interaction* terkait tingkat kesan positif konsumen terhadap produk dan merek dari negara asal dan tingkat rasa suka atau afeksi konsumen terhadap produk yang berasal dari negara tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun citra Laboré sebagai brand lokal sudah baik, aspek persepsi positif dan rasa bangga konsumen terhadap produk lokal masih memiliki ruang untuk ditingkatkan. Oleh karena itu, Laboré dapat memperkuat citra positif tersebut dengan mengkomunikasikan kualitas, keamanan, dan keunggulan teknologi melalui kampanye pemasaran berbasis *storytelling*, testimoni pelanggan, dan kolaborasi dengan *beauty influencer* kredibel. Selain itu, Laboré juga dapat mengembangkan strategi yang menumbuhkan kebanggaan konsumen, misalnya melalui kemasan edisi khusus bertema budaya Indonesia, dukungan pada acara kecantikan lokal.

2. Gambaran *Online Customer Review* di platform Female Daily.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel *Online Customer Review* menunjukkan skor tinggi, namun dua indikator terendah adalah dimensi *quality* dan *perceived information usefulness* kesesuaian informasi review dengan kebutuhan konsumen dan kelengkapan informasi penting produk. Untuk itu, Laboré dapat mendorong penyusunan ulasan yang lebih relevan, misalnya dengan panduan bagi reviewer agar membahas jenis kulit, hasil penggunaan, dan pengalaman pribadi secara detail. Selain itu, kerja sama dengan *beauty content creator* atau platform Female Daily juga diperlukan untuk memastikan *review* memuat informasi teknis seperti komposisi, manfaat, cara pakai, serta kelebihan dan kekurangan produk.

3. Gambaran Keputusan pembelian produk moisturizer Laboré.

Meskipun variabel Keputusan pembelian menunjukkan skor tinggi, Laboré tetap perlu mengoptimalkan strategi dengan membangun kebanggaan konsumen terhadap brand lokal melalui komunikasi kualitas dan kolaborasi dengan influencer, sekaligus memastikan *review* di platform Female Daily lebih detail dan sesuai kebutuhan agar konsumen memperoleh keyakinan yang kuat sebelum memutuskan pembelian.

4. Pengaruh *Country of Origin* terhadap Keputusan pembelian produk moisturizer Laboré.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan SEM-PLS, variabel *Country of Origin* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu, Laboré dapat menekankan aspek lokalitas sebagai keunggulan misalnya, dengan menyertakan label “buatan Indonesia,” kampanye #BanggaBuatanLokal, atau testimoni dari dermatolog local untuk memperkuat persepsi positif konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk.

5. Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan pembelian produk moisturizer Laboré.

Variabel *Online Customer Review* juga menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Laboré perlu mengoptimalkan kehadirannya di platform Female Daily maupun media sosial dengan mendorong konsumen untuk memberikan *review* yang jujur, positif, dan berdasarkan pengalaman pribadi. Strategi ini dapat menciptakan *social proof* yang kuat dalam proses pertimbangan calon pembeli.