

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor utama yang memengaruhi perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk herbal tradisional, khususnya produk Naturies di platform Shopee pada tahun 2023. Berdasarkan hasil analisis data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa perubahan perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama yang saling terkait, yaitu: budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

1. **Faktor Budaya** berperan penting dalam membentuk persepsi awal konsumen terhadap produk herbal. Naturies memiliki keunggulan karena membawa nilai tradisional seperti wedang uwuh dan ramuan khas Nusantara. Namun, nilai budaya ini tidak cukup kuat untuk membentuk kebiasaan konsumsi jangka panjang, terutama di tengah gaya hidup masyarakat modern yang semakin instan.
2. **Faktor Sosial** turut mendorong keputusan pembelian, terutama melalui pengaruh komunitas, keluarga, dan media sosial selama masa pandemi. Namun, pengaruh ini bersifat situasional dan menurun setelah pandemi mereda, sehingga tidak menciptakan loyalitas yang berkelanjutan.
3. **Faktor Pribadi**, seperti usia, pendapatan, dan preferensi gaya hidup, sangat memengaruhi pola pembelian. Konsumen dengan gaya hidup aktif dan

pendapatan terbatas cenderung lebih selektif dalam membeli produk herbal, terutama ketika tidak ada kebutuhan mendesak.

4. **Faktor Psikologis**, khususnya motivasi dan persepsi, memegang peranan kuat dalam mendorong pembelian selama pandemi. Namun, setelah situasi membaik, motivasi menurun karena produk tidak lagi dianggap sebagai kebutuhan utama, melainkan hanya pelengkap.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen terhadap produk herbal bersifat **dinamis dan kontekstual**, sangat bergantung pada situasi eksternal seperti krisis kesehatan dan tren digital. Tanpa adanya inovasi dalam pendekatan pemasaran dan penyesuaian terhadap gaya hidup konsumen modern, loyalitas terhadap produk seperti Naturies akan sulit dipertahankan dalam jangka panjang.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, penulis memberikan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

5.2.1.1.1.1.1 Bagi Manajemen Naturies

- a. Perlu melakukan **rebranding visual dan komunikasi digital** yang lebih modern dan menarik bagi konsumen muda, tanpa meninggalkan nilai tradisional sebagai identitas utama produk.
- b. Meningkatkan aktivitas promosi di platform e-commerce seperti Shopee, termasuk penggunaan fitur Shopee Live, diskon flash sale, dan kampanye interaktif untuk menjangkau konsumen secara emosional.

- c. Menjalani kerja sama dengan **influencer gaya hidup sehat dan komunitas herbal** agar konsumen tetap merasakan keterlibatan sosial dalam penggunaan produk Naturies.

5.2.1.1.1.1.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Disarankan untuk memperluas cakupan informan agar mencakup konsumen dari berbagai daerah dan latar belakang sosial ekonomi yang lebih beragam.
- b. Menggunakan metode campuran (mixed methods) agar dapat membandingkan data kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen produk herbal di era digital.

5.2.1.1.1.1.3 Bagi Konsumen

- a. Konsumen diharapkan lebih bijak dalam mempertimbangkan manfaat jangka panjang produk herbal, serta mendukung produk lokal yang memiliki nilai kesehatan dan budaya tinggi.
- b. Membentuk komunitas pembeli yang saling berbagi pengalaman penggunaan produk herbal secara aktif melalui media sosial dapat meningkatkan literasi konsumen terhadap produk alami.