

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian ini, simpulan yang didapatkan akan dijelaskan di bawah ini.

- 1) Variabel *personal branding* (X) dengan variabel minat beli (Y) **memiliki pengaruh**. Pengaruh antar variabel didapatkan dengan hasil nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  yang menyatakan bahwa **H<sub>0</sub> (tidak terdapat pengaruh *personal branding* terhadap minat beli *merchandise*) ditolak dan H<sub>1</sub> (terdapat pengaruh *personal branding* terhadap minat beli *merchandise*) diterima**.
- 2) Variabel *personal branding* (X) dengan variabel minat beli (Y) memiliki **hubungan yang kuat** (nilai 0,737 dalam rentang nilai 0,71-0,90), serta **berhubungan secara positif**. Kemudian diketahui bahwa variabel *personal branding* (X) memberikan **pengaruh** variabel minat beli (Y) sebesar **54,3 persen** melalui uji regresi linear sederhana. Di lain sisi, sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Hubungan variabel *personal branding* (X) terhadap variabel minat beli (Y) diuji melalui uji korelasi dengan nilai  $0,001 < 0,05$  yang menyatakan kedua variabel **berkorelasi**,

#### 5.2 Saran

##### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan selama penelitian ini dilangsungkan. Dengan keterbatasan dan kekurangan tersebut, peneliti memiliki saran secara akademis. Penelitian ini menggali tentang *personal branding* milik Jaehyun NCT terhadap minat beli *merchandise*. Pengaruh dari kedua variabel dinyatakan berkorelasi cukup tinggi, maka dari

itu, penelitian selanjutnya dapat membahas tentang keefektifan *personal branding* terhadap keputusan pembelian, loyalitas terhadap minat beli, dan budaya aktivitas penggemar lainnya. Peneliti juga dapat mendalami lagi konseptualisasi dari komunikasi persuasif.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, *personal branding* Jaehyun ternyata sangat berpengaruh kepada keputusan penggemarnya. Ada beberapa poin di mana masih banyak penggemar yang masih melihat Jaehyun dari visualnya saja bahkan mencapai 93,4 persen yang sangat setuju dari total responden. Penggemar dapat lebih banyak mengapresiasi bakat dan kemampuan yang dimiliki dan dikembangkan Jaehyun selama karirnya. Jaehyun juga dapat memperkuat *personal branding*-nya dengan menonjolkan kepribadian serta kemampuannya agar penggemarnya juga dapat merasakan karya dan kedekatan keduanya. Jaehyun juga dapat mempertahankan karirnya dalam bidang bernyanyi dan meningkatkan karir di bidang akting. Berdasarkan hasil penelitian, penggemar lebih sadar akan kemampuan bernyanyi yang dimiliki Jaehyun dibandingkan aktingnya. Sehingga ada saran selanjutnya yang memungkinkan yaitu Jaehyun lebih memfokuskan diri pada salah satu bidang saja.

Penelitian ini juga membahas tentang besarnya minat beli *merchandise* yang dikeluarkan oleh SM Entertainment sebagai agensi dari Jaehyun. SM dan Jaehyun dapat membuat *merchandise* dengan konsep yang lebih bervariasi karena besarnya minat penggemar untuk membeli *merchandise*. Hal ini dilakukan agar penggemar tetap membeli *merchandise* walaupun sudah pernah membelinya. SM juga harus memperhatikan *website* serta toko *offline* mereka. *Website* sebagai platform untuk pembelian *online* harus lebih menarik dan memudahkan penggemar untuk membeli produk mereka, sedangkan toko *offline* mereka harus memiliki atmosfer yang baik dan memperhatikan kelengkapan produk di toko agar mendukung penggemar untuk membeli.