

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari efektivitas sumber pesan Lisa Blackpink terhadap minat beli Labubu. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari efektivitas sumber pesan Lisa Blackpink terhadap minat beli Labubu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor tersebut berperan penting dalam meningkatkan minat beli terhadap produk Labubu. peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, dapat diketahui terdapat pengaruh antara variabel efektivitas sumber pesan Lisa Blackpink (X) terhadap minat beli Labubu (Y) dengan koefisien regresi Efektivitas Sumber Pesan (X) adalah sebesar 0,726 mengandung arti bahwa jika Efektivitas Sumber Pesan meningkat sebesar 1 maka minat beli boneka Labubu juga akan meningkat sebesar 0,726.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini menjelaskan efektivitas sumber pesan Lisa Blackpink terhadap minat beli Labubu. Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi peneliti lain. Bagi para mahasiswa/mahasiswi yang ini melakukan penelitian yang sejenis, khususnya pada studi Ilmu Komunikasi yang ingin meneliti Minat Beli diharapkan dapat mencari variabel yang mempengaruhi seperti efektivitas sumber pesan.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi peneliti lainnya. Dal hal praktis juga, diharapkan media sosial dapat terus berkembang dan berguna untuk masyarakat luas seperti dalam menyampaikan pesan terutama dalam mengenalkan produk atau. Peneliti berharap dengan adanya efektivitas sumber pesan, masyarakat dapat lebih kritis lagi dalam hal berbelanja. Karena pada penelitian ini efektivitas sumber pesan kuat dalam mempengaruhi minat beli Labubu.

