

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Dari penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Brand ambassador Stray Kids terhadap minat beli produk skincare Nacific pada fandom STAY. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan brand ambassador kpop memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen. Sehingga terbukti bahwa dengan menggunakan brand ambassador terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada perusahaan.

4.2 Saran

Berdasarkan penjelasan mengenai hasil penelitian, berikut penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini hanya mengkaji pada variable brand ambassador terhadap minat beli. Sehingga diharapkan dapat dikembangkan dengan meneliti variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini juga hanya meneliti *fandom* STAY pada grup chat konser Stray Kids MANIAC JKT sehingga diharapkan dapat diteliti dengan populasi fandom STAY yang lebih luas.