

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terlihat bahwa *influencer* kecantikan Nadshavv berhasil membangun *personal branding* yang kuat melalui tiga indikator utama: keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Pengikut akun Instagram Nadshavv merespons dengan sangat positif terhadap *personal branding* yang ia sampaikan melalui konten edukatif dan informatif yang dibagikannya. *Personal branding* ini menciptakan kepercayaan positif di kalangan konsumennya, baik dalam hal pengetahuan, emosi, maupun perilaku, terutama dalam hal penilaian, kepercayaan, dan pengambilan keputusan terkait produk perawatan kulit Camille Beauty yang direkomendasikan oleh Nadshavv.

Peneliti lalu mmenguji lebih dalam terkait pengaruh *personal branding* beauty *influencer* nadshavv terhadap kepercayaan konsumen yang mendapat hasil dari analisis penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji-t menunjukkan adanya pengaruh *personal branding* Nadya Shavira terhadap kepercayaan konsumen dengan nilai siginifikansi $0,001 < 0,05$, maka *personal branding* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen
2. Pengaruh *personal branding* nadshavv di instagram terhadap kepercayaan konsumennya memiliki nilai positif dengan koefien arah regresi penelitian sebesar 1,566 yang dinyatakan positif.
3. Pengaruh *personal branding* (X) terhadap kepercayaan konsumen (Y) signifikan dengan nilai *R-Square* sebesar 0,858 yang memiliki arti bahwa variabel *personal branding* memberi pengaruh sebesar 85,8% terhadap kepercayaan konsumen dan sisanya 14,2% merupakan pengaruh dari faktor lain selain kecantikan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, penulis membuat beberapa usulan yang dapat diimplementasikan, antara lain:

1. Saran Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode, variabel atau teori lainnya yang relevan. Peneliti selanjutnya juga bisa menggunakan lebih dari dua variabel atau menggunakan variabel lainnya untuk dapat memperoleh hasil yang variatif dan dapat menggunakan teori-teori baru agar mendapat hasil komunikasi yang lebih baik dan lebih detail.

2. Saran Praktis

Bagi *beauty influencer* disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan *personal branding* yang telah terbentuknya dengan baik, terutama dalam aspek keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Tentunya dengan memanfaatkan platform media sosial khususnya instagram, dapat meningkatkan keterlibatan *konsumen* melalui fitur-fiturnya seperti live session atau Q&A.

