

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada Bab IV, maka pada bab ini penulis menarik beberapa kesimpulan dari pembahasan tentang “Pengaruh *Personal Brand* Terhadap Keputusan Memilih Masyarakat di Kota Bandung dan Cimahi” serta saran-saran yang tentunya dapat bermanfaat bagi kemajuan serta pelaksanaan *Personal Brand* yang baik bagi Caleg DPD. Adapun kesimpulan dan saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *Personal Brand* secara umum sudah dilaksanakan dengan cukup baik oleh Caleg DPD, hal ini terbukti dari hasil kuesioner yang telah disebarakan, dimana tanggapan mayoritas responden menyatakan setuju. Pelaksanaan *Personal Brand* pada Caleg DPD terutama dalam hal pengalaman yang dimiliki para Caleg DPD, masyarakat mengharapkan pemimpin yang memiliki pengalaman dalam kepemimpinan. Masyarakat juga paling mempertimbangkan eksistensi yaitu masyarakat telah mengenal para caleg yang mereka pilih dalam kurun waktu yang tidak sebentar atau telah mengenal Caleg cukup lama, merupakan aspek-aspek yang terbaik dalam pelaksanaan *Personal Brand* pada Caleg DPD hal tersebut dapat dilihat dari skor rata-rata yang cukup tinggi. Sedangkan pelaksanaan *Personal Brand* terutama dalam hal Memberikan nilai tambah pada masyarakat dan dalam hal tanggung jawab seperti menjalankan aspirasi masyarakat masih dirasa sangat

kurang memuaskan dan belum sesuai dengan yang diharapkan masyarakat, hal tersebut dapat dilihat dari skor rata-rata yang rendah.

2. Berdasarkan hasil penilaian dan tanggapan konsumen mengenai *Personal Brand* menunjukkan respon konsumen yang cukup tinggi. Keputusan masyarakat dalam memilih Caleg DPD dipengaruhi oleh tingkat pengalaman di dalam diri seorang Caleg DPD. Tingkat pengalaman dalam kepemimpinan dari Caleg DPD dapat menarik keputusan memilih dari masyarakat.
3. Berdasarkan hasil analisis variabel Y (Keputusan Memilih) menunjukkan keputusan memilih para caleg DPD cukup rendah, hal ini ditunjukkan dari hasil skor rata-rata mengenai keinginan untuk memilih yang rendah. Keputusan memilih masyarakat yang rendah dikarenakan masyarakat merasakan masih banyak kekurangan dalam diri seorang Caleg DPD yang harus di penuhi masyarakat menginginkan pemimpin yang mampu menjalankan aspirasi mereka, sebagai caleg DPD yang mereka pilih masyarakat mengharapkan mereka dapat mewakili dan memperjuangkan aspirasi dan kepentingan masyarakat. Masyarakat juga sangat mengharapkan visi dan misi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Jawa Barat.
4. Penghitungan koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh dan hubungan antara variabel X (*Personal Brand*) dan variabel Y (Keputusan Memilih) adalah sebesar 45.7%. Hal ini berarti pengaruh *Personal Brand* terhadap Keputusan Memilih Masyarakat adalah sebesar 45.7%% dan sisa sebesar 54.3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

5. Dari hasil penghitungan korelasi Pearson didapatkan hasil 0.676, maka dapat diketahui terdapat hubungan signifikansi positif antara *Personal Brand* dengan Keputusan Memilih. Hal ini berarti jika *Personal Brand* semakin baik maka akan semakin tinggi Keputusan Memilih Masyarakat.

5.2 Saran

Saran yang ingin penulis berikan pada Caleg DPD demi keberhasilan para Caleg DPD di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Caleg DPD sebaiknya memperhatikan kriteria *Personal Brand* yang baik terutama mengenai otoritas seperti tingkat pengalaman dalam kepemimpinan, Persistensi seperti eksistensi yang baik, Goodwill seperti kepercayaan. Masyarakat sangat memperhatikan tingkat pengalaman Caleg dalam kepemimpinan. Masyarakat juga memperhatikan eksistensi atau mengenal para caleg dalam kurun waktu yang lama sehingga kriteria *Personal Brand* yang baik tidak dapat diperoleh secara instan. Tingkat kepercayaan yang akan membawa kondisi Jawa Barat kearah yang lebih baik juga sangat penting, masyarakat menginginkan Caleg DPD dapat memberikan janji dan membuktikan janji- janji yang diberikan selama kampanye dimasa yang akan datang.
2. Adanya hubungan positif yang signifikan antara *Personal Brand* dengan keputusan memilih masyarakat pada saat ini, maka Caleg DPD harus terus meningkatkan *Personal Brand* agar Masyarakat merasa yakin untuk memilih Caleg DPD yang disukainya misalnya dengan memberikan visi dan misi dan nilai tambah yang sesuai dengan keinginan masyarakat Jawa Barat seperti

akan memperhatikan kualitas pendidikan dan kesehatan dalam masyarakat, memperbaiki infrastruktur yang ada selama ini seperti perbaikan jalan yang selama ini terasa masih sangat kurang diperhatikan.

3. Caleg DPD juga dapat menarik perhatian masyarakat yaitu dengan menggunakan baliho, spanduk yang kreatif, memasang iklan di koran, atau media lain seperti iklan di televisi atau radio, membagi-bagikan kaus, stiker, flyers, pin, topi dan atribut Caleg tersebut lainnya atau membagi-bagikan sembako, menggelar pertunjukan, agar masyarakat lebih mengenal Caleg dan terdorong untuk memilih Caleg dalam Pemilu Legislatif.