

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab 5 akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan analisis serta saran yang diberikan atas penelitian Pengaruh *event sponsorship* Terhadap citra merek (Studi Pada masyarakat kota Bandung).

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan Dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dengan judul Pengaruh *event sponsorship* Terhadap citra merek (Studi pada masyarakat kota Bandung), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian tentang pengaruh *event sponsorship* terhadap citra merek produk Peter Says Denim untuk menumbuhkan minat pembeli yang telah diteliti oleh peneliti dapat diketahui bahwa pengaruh Peter Says Denim melakukan *event sponsorship* dengan konsep semua tentang musik tidak membentuk citra merek yang positif hal itu dibuktikan dengan $R = 0,28$ yang berarti hubungan antara *event sponsorship* terhadap citra merek sangat lemah.
2. Dilihat dari karakteristik pekerjaan, kelompok usia, dan lama pemakaian, diketahui karakteristik pekerjaan yang dimiliki responden adalah sebanyak 73 responden (100%) diketahui bahwa responden pekerjaan mahasiswa sebanyak (60.3%), sedangkan responden yang pekerjaan karyawan sebanyak responden (6.8%) responden (5.5%) wiraswasta, lainnya (27.4%) dan

kebanyakan dari konsumen berusia di antara dibawah 26 tahun sebesar (54.8%) Dengan demikian diharapkan *peter says denim* melihat peluang pemasaran dan memfokuskan pada segmentasi mahasiswa/i atau anak muda yang dimana dari data lama pemakaian dapat dikatakan bahwa kebanyakan konsumen menggunakan produk *peter says denim* mahasiswa/i atau anak muda pada 1-2 tahun belakangan ini terhadap produk *peter says denim*.

3. Terdapat pengaruh *event sponsorship* terhadap citra merek produk *peter says denim* untuk menumbuhkan minat beli sebesar 8.1% sisanya 91.9% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan-masukan kepada *peter says denim* Bandung, yaitu:

1. berdasrakan tanggpan konsumen diketahui bahwa jawaban responden terhadap pernyataan variabel X menunjukkan persentase yang lebih besar mengarah kepada indikator X2 yaitu event sponsorship terhadap gaya hidup sebesar 65.8% (Tabel X).sedangkan variabel Y menunjukkan persentase yang lebih besar mengarah kepada indikator Y2 yaitu kualitas produk sebesar 64.4%.(Tabel XXXV).hal tersebut menunjukkan persentase terhadap indikator X2 dan X2 memiliki persentase yang paling besar terhadap respon terhadap produk *peter says denim* maka dari persentase tersebut seharusnya *peter says denim* harus lebih meningkatkan terhadap event sponsorship terhadap gaya hidup disertai kualitas produk yang semakin baik..

2. Dari survey yang dilakukan ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian perusahaan guna meningkatkan potensi *sponsorship* sehingga lebih berperan dalam meningkatkan *brand image*, yaitu produk yang membidik segmen anak muda yang aktif dan dinamis maka dalam merencanakan kegiatan- kegiatan yang disponsori sebaiknya Peter Says Denim tidak hanya berfokus pada *sponsorship* untuk Musik *Indie/Underground* saja. Akan tetapi masih banyak jenis-jenis promosi lainnya yang dapat menumbuhkan citra merek peter says denim yang belum atau kurang, misalnya tergarap, promosi penjualan berupa iklan di majalah anak muda ,pemasaran langsung/interaktif direct konsumen bisa memasarkan produk sesuai keinginan konsumen.

3. Secara praktis sangat tidak disarankan menggunakan *event sponsorship* untuk menumbuhkan minat beli terhadap citra merek dengan memakai suatu pertunjukan atau salah satu teknik sales promotion untuk mencapai pasar dengan memasukan produk pada sebuah acara televise atau film dan penentuan dari strategi *consumer sales promotion* dengan menggerakan motivasi melalui partnership strategi penggerakan motivasi melalui *loyalty* strategi dengan media yang sedang berkembang misalnya dengan smartphone. Selain itu pilihlah promosi yang sesuai atau menambah citra merek dengan menambah nilai produk dengan mencoba untuk menggunakan lainnya selain evnt sponsorship dalam kaitanya untuk meningkatkan minat beli.