

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *Event Marketing* terhadap Niat berkunjung di *Mall Festival City Link Bandung*. Simpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Simultan Acara-acara Kebudayaan, Penerbitan atau Publikasi, dan *Exhibition* atau Pameran berpengaruh terhadap Niat Berkunjung ke *Mall Festival City Link Bandung*. Ini dilihat dari besarnya signifikan ($0.000 \leq$ dari *Alpha* 5% atau 0.05).
2. Secara Parsial Acara-acara Kebudayaan berpengaruh terhadap Niat Berkunjung ke *Mall festival City Link Bandung* dengan besarnya signifikan $0.003 \leq$ dari *alpha* 5% atau 0.05. Dan Penerbitan atau Publikasi juga berpengaruh terhadap Niat Berkunjung yaitu besarnya signifikan $0.001 \leq$ dari *alpha* 5% atau 0.05. Sedangkan *Exhibition* atau Pameran tidak berpengaruh secara parsial terhadap Niat Berkunjung yaitu besarnya signifikan $0.353 >$ dari *alpha* 5% atau 0.05.

5.2 Saran

Setelah melakukan pengamatan langsung dan mengacu pada hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang diharapkan akan menjadi bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi *Mall Festival City Link* selanjutnya, yaitu:

1. Dengan melihat *Event Marketing* berhasil membuat konsumen tertarik untuk berkunjung ke *Mall festival City Link Bandung*, sebaiknya perusahaan lebih sering melakukannya agar para konsumen tertarik untuk datang ke *mall* tersebut.
2. Mengingat persaingan *mall* yang semakin ketat sebaiknya *Mall Festival City Link* sering melakukan inovasi pemasaran seperti *Mid-Night Sale* atau Menambah *event-event* yang lebih menarik lagi seperti membuat nonton bola bareng di area *mall*.
3. Agar *Event Marketing Mall festival City Link* lebih berkesan kepada pengunjung, sebaiknya memperluas penyelenggaraan *event* kesetiap lapisan masyarakat sehingga semuanya dapat menikmatinya. Contohnya seperti membuat perlombaan-perlombaan yang bisa diikuti oleh daerah luar Bandung seperti Sumedang, Garut dan daerah lainnya.