

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh sponsorship ARDANESIA terhadap citra merek BNI 46, maka pada tahap akhir dari penulisan skripsi ini peneliti menarik beberapa kesimpulan sesuai dengan tujuan dari penelitian skripsi ini. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- Pelaksanaan sponsorship yang dilakukan oleh BNI 46 dengan tujuan meningkatkan citra merek BNI 46 terbilang sukses bila dilihat dari terpadatnya seluruh area sabuga dengan pengunjung, Radio ardan mengadakan siaran langsung dari sabuga yang terus-menerus meliput acara ARDANESIA sehingga merek dari BNI 46 sendiri sering diperdengarkan kepada pendengar yang tidak datang ke acara tersebut sekalipun, lalu adanya liputan media baik cetak maupun televisi yang meliput acara tersebut. BNI 46 sendiri sudah dikenal sebagai bank yang rajin dalam memberikan sponsor kepada acara-acara lain seperti acara music, seminar bahkan mengadakan kuliah umum di kampus-kampus di Indonesia.
- Bagaimana citra merek BNI 46 di mata konsumen ?
- Penelitian ini menguji apakah *sponsorship* memengaruhi citra merek (*brand image*) secara positif. Temuan studi ini menunjukkan bahwa sponsorship memengaruhi citra merek secara signifikan pada  $p < 0,10$  sebesar 0,399 tetapi tidak signifikan pada  $p < 0,05$ . Artinya, hipotesis didukung dan terdapat pengaruh antara sponsorship terhadap *brand image* pada *event* ARDANESIA sebesar 0,399. Temuan

lain dalam penelitian ini adalah nilai *mean* dan konstruk untuk citra merek (*brand image*) ( $M = 3,97$ ;  $SD = 0,38$ ) dan *sponsorship* ( $M = 4,15$ ;  $SD = 0,36$ ), hal ini berarti tingkat *brand image* dan *sponsorship* yang dimiliki oleh penonton ARDANESIA relatif tinggi.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

- a. Pengumpulan data hanya mengandalkan kuesioner yang diisi oleh para responden. Dalam hal ini peneliti hanya mengandalkan jawaban dari kuesioner saja karena peneliti tidak melakukan wawancara dan tidak mengamati secara langsung bagaimana kinerja responden.
- b. Konstruk penelitian yang memengaruhi *sponsorship* hanya terdiri atas satu konstruk yaitu citra merek (*brand image*).

### 5.3 Saran bagi Peneliti Mendatang

- Selain menggunakan kuesioner, penelitian mendatang dapat menggunakan wawancara atau observasi langsung kepada setiap responden atau struktural perusahaan untuk setiap butir instrumen pengukuran untuk melengkapi dan memperkuat hasil penelitian.
- Penelitian mendatang dapat memasukkan beberapa konstruk penelitian lain yang berhubungan dengan sponsorship, seperti minat beli dan *brand awareness*
- Objek dan subjek penelitian dapat dilakukan lebih luas yaitu antar lintas industri sehingga hasil studi lebih dapat digeneralisasikan.
- Sampel untuk mpeneliti mendatang sebaiknya dilakukan pada beberapa acara, tidak hanya satu event saja.

### 5.4 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini,peneliti dapat memberikan saran yang mungkin dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam menentukan kebijakan perusahaan. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Memantau persaingan pasar industry yang sejenis ,sehingga perusahaan dapat sejauh mungkin mengantisipasi segala kemungkinan yang terjadi terhadap adanya ancaman-ancaman dari perusahaan lain yang sejenis .

2. Dalam melakukan program sponsorship sebaiknya BNI 46 lebih selektif lagi dalam memilih sebuah acara/kegiatan, lebih baik difokuskan lagi kepada acara/kegiatan yang targetnya ialah segala kegiatan yang digemari .
3. Karena respon dari responden yang baik atas kegiatan sponsorship yang dilakukan BNI 46 ,maka frekuensi kegiatan sponsorship harus ditingkatkan dengan tujuan agar program sponsorship tersebut mampu memperkuat citra merek BNI 46 di mata konsumen.
4. Menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak penyelenggara acara/kegiatan agar terjalin hubungan yang baik antara kedua belah pihak. Manfaatnya adalah agar BNI 46 mampu menjadi sponsor dalam setiap acara/kegiatan yang akan dilaksanakan dan diberikan berbagai kelebihan dibandingkan sponsor lain untuk menginformasikan BNI 46.
5. Pada umumnya anak muda lebih menyukai hal-hal yang bersifat entertainment atau hiburan ,untuk itu dalam kegiatan yang disponsori sebaiknya BNI 46mendesain format sponsorshipnya dengan pendekatan secara lebih menarik seperti hiburan, pameran dan lain-lain.