

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi yang dilaksanakan penulis mengenai pengaruh *event sponsorship* terhadap *brand awareness* konsumen pada majalah Suave Indonesia dapat diambil kesimpulan yang menjawab rumusan masalah sebagai berikut :

1. *Event sponsorship* yang dilakukan oleh majalah Suave memiliki kinerja yang tinggi. Indikator daya tarik memiliki skor yang paling tinggi diantara indikator-indikator lainnya, hal tersebut digambarkan oleh tanggapan responden dimana dalam hal ini komunitas Manumit yang menilai Majalah Suave sebagai *event sponsorship* mempunyai daya tarik yang bagus, dimana majalah Suave sebagai *sponsor* telah memberikan warna yang cukup menarik dalam hal *art, music*, apalagi *fashion*. Para pecinta *fashion* pasti tertarik sekali dengan *event-event* yang disponsori oleh Majalah Suave, karena dapat member inspirasi dan inovasi dalam bergaya.
2. Tingkat *brand awareness* Majalah Suave berada dalam kategori yang tinggi dengan *unware of brand* sebagai indikator penunjang yang paling kuat dimana *unware of brand* ini mendapatkan skor paling tinggi dibandingkan dengan indikator-indikator lainnya. Menurut responden Indikator ini memberikan peranan penting untuk konsumen menyadari keberadaan majalah Suave. Jika

Helmy Hazairin Firdaus, 2014

*Pengaruh Event Sponsorship Terhadap Brand Awareness Majalah Suave Indonesia (Survei Pada Komunitas Manumit Bandung)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

para komunitas, konsumen atau bahkan calon konsumen majalah Suave *unware* terhadap majalah Suave, atau bahkan tidak mengetahui apa-apa tentang majalah Suave itu sendiri, maka tujuan, *benefit*, atau bahkan informasi yang disampaikan oleh majalah Suave itu tidak dapat diterima oleh pembaca majalah Suave.

3. Secara keseluruhan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *event sponsorship* dengan *brand awareness* Majalah Suave dengan tingkat korelasi yang sangat kuat. Nilai korelasi ini menunjukkan bahwa *event sponsorship* amat sangat penting diadakan untuk mengenalkan atau bahkan menyadarkan masyarakat luas pada umumnya bahwa majalah Suave itu ada, sehingga *brand awareness* majalah Suave melekat di benak konsumen. Makadariitu, diprediksikan jika dengan memperbanyak *event sponsorship* maka *brand awareness* Majalah Suave akan ikut meningkat secara signifikan.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang telah dilakukan penulis dengan survey pada komunitas Manumit sebagai pembaca setia majalah Suave, penulis mengajukan beberapa saran agar dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi pihak dari Majalah Suave dalam meningkatkan *event sponsorship* serta meningkatkan *brand awareness* Majalah Suave adalah dengan cara sebagai berikut:

1. Menurut hasil penelitian, ketepatan waktu yang dilakukan Majalah Suave dalam *event sponsorship* memiliki skor terendah sehingga untuk memperbaiki *event sponsorship* sehingga menjadi lebih berkualitas dan menarik, maka majalah Suave harus meningkatkan ketepatan waktu *event sponsorship* yang mereka adakan. Hal ini, dapat dilakukan dengan cara pihak Majalah Suave memperkuat dan mensolidkan *team engagement* yang terlibat dalam *event* tersebut, setelah itu pihak Majalah Suave mengikuti susunan acara dengan tepat dan sesuai *rundown* acara.
2. Untuk meningkatkan *brand awareness*, Majalah Suave perlu meningkatkan *brand recognition* (pengenalan merek) sehingga para konsumen tidak asing lagi dengan Majalah Suave. Peningkatan *brand awareness* ini dapat ditunjukkan dengan pemberian *tagline* yang lebih menarik dan mudah diingat namun sesuai dengan misi perusahaan, selain itu dapat juga menciptakan tokoh atau miniature model sebagai ciri khas dari Majalah Suave. *Brand Awareness* yang dibuat harus berhubungan dengan produk atau perusahaan. Ini harus menyebabkan pelanggan untuk memiliki hubungan emosional dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, konsumen juga harus mengetahui dan memahami *content*, *rubrik*, dan semua isi yang ada di dalam Majalah Suave, dengan mengetahui dan memahami Majalah Suave maka kesadaran masyarakat akan adanya keberadaan Majalah Suave. Dimana dengan terus menerus mengenalkan majalah Suave baik dari *cover*, segi keuntungan dari Majalah Suave dan hingga paham akan isi dari Majalah

Suave akan memberikesan yang mendalam bagi para pelanggan, sehingga pelanggan selalu mengingat dan selalu membeli Majalah Suave.

3. Saran untuk penelitian berikutnya diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Majalah Suave secara lebih luas seperti mempertimbangkan faktor lain yang mempengaruhi *brand awareness* Majalah Suave.

