

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis korelasi dan regresi linier yang dilaksanakan mengenai pengaruh sponsor olahraga terhadap minat membeli pada anggota Viking Persib Club Distrik Batujajar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran *sport sponsorship* Kopi ABC dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *sponsor receptiveness* dan *sponsor integrity* berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *sport sponsorship* telah dilaksanakan dengan baik oleh Kopi ABC terutama pada dimensi *sponsor receptiveness* yaitu penerimaan Kopi ABC sebagai bagian sponsor Persib Bandung diterima sangat baik oleh responden.
2. Gambaran dari minat beli Kopi ABC dapat dijelaskan melalui minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat transaksional. Minat preferensial dinilai paling tinggi untuk variabel minat beli, dimana responden cenderung menempatkan produk Kopi ABC sebagai pilihan utamanya.
3. *Sport sponsorship* memiliki pengaruh yang positif sebesar 50,4% terhadap minat beli Kopi ABC dengan tingkat korelasi yang tinggi atau kuat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *sport sponsorship* Kopi ABC maka akan semakin tinggi pula minat beli dari responden.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pelaksanaan *sport sponsorship* terhadap minat beli yaitu:

1. Pelaksanaan *sport sponsorship* telah terbukti mampu diterapkan dengan baik kepada anggota Viking Persib Club Distrik Batujajar, namun masih ada beberapa penilaian responden terhadap *sport sponsorship* yang dinilai kurang yaitu *sponsor integrity*. Penilaian yang kurang disebabkan karena dalam pelaksanaan *sport sponsorship* perusahaan harus terus melakukan strategi yang lebih lanjut dan konsisten agar perusahaan memberikan efek yang sangat besar terhadap anggota Viking Persib Club Distrik Batujajar dengan mendekati merek melalui *event* bersama dan memberikan fasilitas atau *privilege* (keistimewaan) kepada anggota sehingga tertarik dan terbentuk loyalitas kepada perusahaan
2. Upaya untuk meningkatkan minat beli terbukti mampu mempengaruhi konsumen memilih Kopi ABC, namun ada beberapa hal di dalamnya yang harus diperbaiki seperti penyampaian informasi produk yang harus diperbaiki, agar konsumen lebih memahami lagi tentang produk.
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa *sport sponsorship* Kopi ABC berpengaruh secara positif sebesar 50,4% dalam meningkatkan minat beli, maka penulis merekomendasikan agar perusahaan tetap menjaga dan memaksimalkan kerja sama *sport sponsorship*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian

lain mengenai *sport sponsorship* tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda.

4. Sebagai bahan rekomendasi bagi perusahaan dalam melakukan *sport sponsorship* untuk menjaring pemakai baru, sebaiknya pelaksanaan *sport sponsorship* dilakukan secara masif dan intensitas iklan dan promosi yang tinggi sehingga pelaksanaan *sport sponsorship* tidak hanya sebagai target pasar adalah para penggemar klub tapi juga masyarakat umum.