

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebagian besar responden menyatakan bahwa *event marketing* berjalan baik/ efektif. Hal ini dapat dilihat dari indikator-indikatornya dari yang dominan sampai yang terlemah. Indikator yang paling tinggi adalah pada dimensi *enterprise*, indikator kedua adalah pada dimensi *excitement* dan urutan yang paling rendah adalah pada dimensi *entertainment*.
2. Sebagian besar responden menyatakan bahwa citra perusahaan berjalan baik/ efektif. Hal ini dapat dilihat dari indikator-indikatornya dari yang dominan sampai yang terlemah. Indikator yang paling tinggi adalah pada dimensi *reputation*, indikator kedua adalah pada dimensi *service quality*, indikator urutan ke tiga berada pada *fit*, indikator urutan ke empat yaitu *extension quality* dan urutan yang paling rendah adalah pada dimensi *credibility*.
3. Pengaruh *event marketing* (X) terhadap citra perusahaan (Y) berada pada kategori **sedang**, selain *event marketing*, citra perusahaan BCA juga dipengaruhi pula oleh faktor-faktor lain.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, maka direkomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Tanggapan terhadap *event marketing*, penilaian dengan skor terendah terdapat pada indikator *entertainment*. Hal tersebut perlu adanya peningkatan dalam hal penyajian hiburan yang lebih kreatif dan inovatif sehingga penonton atau audiens dapat lebih merasa terhibur dalam menikmati acara Gebyar BCA.
2. Tanggapan terhadap citra perusahaan, penilaian dengan skor terendah terdapat pada indikator *credibility*. Hal tersebut perlu dilakukan perbaikan melalui pelaksanaan komunikasi yang sifatnya lebih terbuka dan peningkatan respon terhadap keluhan-keluhan nasabah serta peningkatan pelayanan yang lebih baik oleh karyawan kepada nasabah.