

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan pada Bab III, maka disusun kesimpulan dalam Bab IV ini dan juga saran-saran yang sedapat mungkin berhubungan dengan permasalahan penelitian dan juga dapat berguna bagi Lippo Plaza Jogja untuk menyelenggarakan sebuah *event*.

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dan juga pembahasan pada bab sebelumnya, yang menganalisis pengaruh pada *Awareness Brand Event* terhadap minat berkunjung *event* yang diselenggarakan di Lippo Plaza Jogja, maka disimpulkan:

Hasil perhitungan analisis *top of mind*, dapat diketahui dari jawaban responden bahwa mereka belum menganggap *event* yang diselenggarakan oleh Lippo Plaza Jogja merupakan *brand event* yang mereka pilih. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan data yang telah didapatkan bahwa frekuensi responden yang menggambarkan *event* di Lippo Plaza Jogja yang termasuk ke dalam kategori *top of mind* diantaranya: untuk *Event* makanan responden yang menjawab makanan responden yang menjawab dalam kategori *top of mind* 9%, sedangkan untuk *event* fashion show hanya 10%. Responden yang menjawab *event* musik dalam kategori *top of mind* 11%, dan responden yang menjawab *event* bazaar pakaian dalam kategori *top of mind* sebanyak 12%.

Hasil perhitungan analisis regresi sederhana, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi koefisien t memiliki nilai 0,043, yaitu lebih kecil dari 0,05. Sehingga

hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Awareness Brand Event* terhadap minat berkunjung.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diutarakan, berikut ini penulis uraikan saran-saran yang mungkin dapat berguna bagi Lippo Plaza Jogja:

1. Walaupun *event* yang diselenggarakan oleh Lippo Plaza Jogja belum menempati posisi *top of mind*, namun Lippo Plaza Jogja harus tetap meningkatkan kualitas *event* dan semakin meningkatkan daya saingnya. Untuk itu alangkah baiknya Lippo Plaza Jogja tetap memperluas target pasar dan membuat kegiatan yang bisa memberikan *feedback* ke pengunjung secara langsung.
2. Lippo Plaza Jogja perlu menambah kegiatan promosi dan iklan, selain itu sponsor dan hal lainnya yang dapat meningkatkan citra merek dari *event* yang diselenggarakan.
3. Para penyelenggara *event* hendaknya selalu membina dan meningkatkan hubungan baik dengan konsumen maupun calon konsumen. Cara ini dilakukan untuk mempererat hubungan baik antara konsumen dan penyelenggara *event*. Sedangkan bagi calon konsumen, hubungan baik akan memberikan kesan positif yang dapat bermanfaat bagi perusahaan.
4. Selain itu, saran bagi peneliti selanjutnya adalah peneliti selanjutnya dapat meneruskan penelitian ini dengan meneliti lebih lanjut mengenai kesadaran brand awareness event terhadap minat berkunjung. Dalam penelitian ini,

peneliti hanya meneliti objek Lippo Jogja, bagi peneliti selanjutnya dapat dikemabangkan ke berbagai objek mengenai *awareness*, kesadaran mengenai perilaku akan menjadi menarik untuk di teliti ,karena setiap orang melakukan keasadaran pasti akan mengalami perilaku yang berbeda beda , maka untuk itu peneliti menyarankan penelitian selanjutnya meneliti tentang *Awareness Perilaku*.