

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran atau rekomendasi mengenai pengaruh *event marketing* terhadap *brand image* pada *event streetwear fest*.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis mengenai pengaruh *event marketing* terhadap *brand image* pada *event streetwear fest*, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Entertainment* berpengaruh dan signifikan terhadap *brand image*. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,834 dan nilai signifikan sebesar 0,021 ($>0,05$).
2. *Excitement* berpengaruh dan signifikan terhadap *brand image* pada *event streetwear fest*. Hal ini dibuktikan dengan koefisien beta sebesar 1,866 dan nilai signifikan sebesar 0,000 ($<0,05$).
3. *Enterprise* berpengaruh dan signifikan terhadap *brand image* pada *event streetwear fest*. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,740 dan nilai signifikan sebesar 0,029 ($<0,05$).
4. Berdasarkan hasil pengujian simultan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 $<0,05$ yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara *entertainment*, *excitement* dan *enterprise* terhadap *brand image* pada *event streetwear fest*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dapat diterima.
5. Keseluruhan variabel mempengaruhi kepuasan pengunjung *event streetwear fest* 71% dan sisanya sebesar 29% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Beberapa saran untuk studi lebih lanjut dibuat, dengan mempertimbangkan sejumlah keterbatasan yang ada saat ini:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bahwa penelitian ini dapat diperluas untuk memasukkan variabel lain di luar variabel yang telah diteliti, sehingga hasil penelitian menjadi lebih bervariasi dan dapat memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap *brand image* pada *event streetwear fest*.
2. Bagi penyelenggara *event streetwear fest* penting bagi perusahaan untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan citra yang telah terbentuk guna meningkatkan promosi dan kualitas dalam penyelenggaraan *event*. Hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan yang lebih baik kepada pelanggan dan pada akhirnya mencapai visi dan misi perusahaan.
3. Hasil dari desain yang telah dibuat oleh penulis semoga menjadi bahan rekomendasi kepada pihak penyelenggara event selanjutnya.