

## Bab V

### Kesimpulan dan saran

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan sebelum menarik simpulan, yaitu tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar efek praktek *ambush marketing* terhadap respon konsumen dan seberapa besar pengetahuan konsumen mengenai praktek *ambush marketing*. Penelitian ini juga bertujuan untuk mencari tahu tingkat kesadaran akan sponsor event berdasarkan gender.

Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk melihat respon konsumen terhadap iklan yang ditampilkan, dalam hal ini iklan dari pihak sponsor maupun iklan dari pihak *ambusher* dan mencari tahu seberapa jauh konsumen mengetahui tentang produk even dan perusahaan yang menjadi sponsor even tersebut

Setelah melalui proses pengumpulan data dan analisis hasil studi dengan menggunakan analisis crosstab dan *non parametric tess Mann-Whitney* dalam *software SPSS 15.0 for Windows Evaluation Version* untuk masing-masing pengukuran, berikut ini adalah kesimpulan yang dapat ditarik secara berurutan sesuai dengan pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Baik pria maupun wanita, keduanya sama-sama memiliki ketertarikan terhadap suatu event olahraga dan mengetahui produk yang menjadi sponsor event. Hal ini dapat dilihat dari ditolaknya hipotesa  $H_1$  yang menyatakan bahwa konsumen pria dan wanita sadar (*aware*) kepada perusahaan-perusahaan yang turut serta ambil bagian dalam event tersebut.
2. Dalam menilai produk sponsor, pria dan wanita memiliki perbedaan sikap dimana wanita lebih mudah terpengaruh terhadap produk sponsor dan lebih merespon positif terhadap produk yang menjadi sponsor event dibandingkan pria. Hal ini dapat dibuktikan dari diterimanya Hipotesa  $H_2$
3. Persepsi konsumen terhadap citra produk Pepsi dan Coca-cola sangatlah positif yang secara otomatis mendorong minat beli konsumen terhadap kedua produk. Baik pria maupun wanita mempunyai pandangan yang sama. Hal ini data dilihat dari di tolaknya hipotesa  $H_3$ .
4. Penampilan sebuah iklan yang bertemakan event tertentu dapat mempengaruhi tingkat kesadaran konsumen akan sponsor. Hal ini dapat dilihat dari di tolaknya Hipotesis  $H_4$ .

## B. Saran

Saran yang dapat di berikan oleh penulis bagi perusahaan Pepsi cola adalah:

1. untuk dapat menjadi market leader dalam industri minuman berkarbonasi Pepsi harus terus melakukan inovasi dalam segi rasa,

bila perlu menjadi produk pertama yang menciptakan rasa unik bagi konsumen

2. Kemasan produk menjadi bagian penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Untuk itu Pepsi tidak harus selalu merancang desain produknya yang dapat menciptakan ketertarikan baru bagi konsumen
3. Jangan pernah menganggap remeh respon konsumen terutama konsumen yang merasa tidak puas terhadap produk dan layanan perusahaan Pepsi.

Untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan bagi para peneliti lain untuk melakukan penelitian tidak hanya di lingkungan Universitas Indonesia saja tetapi juga tetapi memperluas *scope* penelitian diluar lingkungan Universitas Indonesia dengan demikian tingkat keberlakuan hasil penelitian bisa lebih besar.