

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian tes dan uji analisis data, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa adanya kolerasi/ hubungan yang kuat antara *event/sponsorship* terhadap *brand image* rokok L.A Lights. Besarnya sumbangan yang diberikan oleh *event/sponsorship* terhadap *brand image* dari hasil perhitungan koefisien determinasi berpengaruh sebesar 63.4% dan sisa sumbangan sebesar 36.6% didapatkan dari faktor lain selain dari pelaksanaan *event/sponsorship*, seperti faktor media iklan baik media cetak maupun elektronik (melalui televisi, baliho, majalah, dll). Hasil dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa *event/sponsorship* berpengaruh nyata (signifikan) terhadap *brand image* (citra merek). Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diteliti, bahwa pelaksanaan *event/sponsorship* berpengaruh terhadap *brand image* (citra merek) rokok L.A Lights, sehingga dengan adanya *event/sponsorship* ini dapat menumbuhkan citra yang baik untuk konsumen terhadap produk rokok L.A Lights yang dibuat oleh PT Djarum Tbk.

#### V.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang perlu disampaikan kepada PT Djarum terhadap produk L.A Lights, yaitu :

1. L.A Lights dapat meningkatkan promosi produknya melalui cara lain selain *event/sponsorship*, dapat dilakukan dengan cara melakukan promosi melalui kegiatan sosial seperti ikut serta dalam melakukan kegiatan amal maupun melakukan pengobatan gratis.

2. Semakin sering L.A Lights melakukan kegiatan promosi melalui media iklan, baik media cetak maupun media elektronik yang dikemas dengan unik dan menarik, maka dapat meningkatkan *brand image* L.A Lights dibenak konsumen.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Djarum di kota Kudus dengan membuat *Green Plants Cultivation Seedlings Center* pembudidayaan bibit-bibit taman untuk penghijauan guna mencegah *issue global warming*, seharusnya dilakukan tidak hanya di kota Kudus tetapi di sejumlah kota-kota besar lainnya yang ada di Indonesia. Hal ini dapat sangat berguna untuk meningkatkan *brand image* perusahaan kepada konsumen karena perusahaan sangat peduli terhadap lingkungan.

