

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh pelaksanaan *event Jazz Traffic Festival* terhadap *Brand Awareness* Radio Suara Surabaya, peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat korelasi yaitu hubungan yang cukup berarti antara *event Jazz Traffic Festival* dilihat dari indikator keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan, dan interaksi personal, dengan *brand awareness* radio Suara Surabaya yang dilihat dari indikator kenal dan ingat.
2. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak. Dengan demikian, membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelaksanaan *Event Jazz Traffic Festival* oleh Radio Suara Surabaya ini terhadap *brand awareness* Radio Suara Surabaya bagi penonton *Jazz Traffic Festival*.
3. *Event Jazz Traffic Festival* ini telah terlaksana dengan baik dilihat dari indikator keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan, dan interaksi personal, dibuktikan dengan penilaian yang baik dari penonton *Jazz Traffic Festival* yang menjadi responden dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa Radio Suara Surabaya dalam pelaksanaan *event Jazz Traffic Festival* telah berhasil menerapkan karakteristik *event*.

4. *Brand awareness* Radio Suara Surabaya adalah tinggi bagi seluruh responden. Hal ini dibuktikan melalui tanggapan seluruh responden yang menilai mereka sadar akan Radio Suara Surabaya melalui *event Jazz Traffic Festival*. Penilaian responden akan *brand awareness* perusahaan ditinjau dari sisi kenal dan ingat.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hal ini dilakukan untuk melihat fenomena sejenis dari sisi lain. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, peneliti studi kasus dapat dilakukan untuk melihat strategi perusahaan mempertahankan *brand awareness* melalui *event Jazz Traffic Festival*. Sebab apabila penelitian tersebut dilakukan, dapat memperkuat penelitian sebelumnya bila hasilnya sama, ataupun memberikan pandangan yang berbeda bila didapat hasil yang berbeda.

V.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan saran kepada Radio Suara Surabaya untuk senantiasa menjaga hubungan kerjasama yang telah terjalin baik dan harmonis dengan yang terlibat dalam *event Jazz Traffic Festival*. Perusahaan sebaiknya mempertahankan performanya dalam mengadakan *event Jazz Traffic festival*, sebab dalam penelitian ini dalam pengadaan *event* sudah baik dan berpengaruh dengan kesadaran akan Radio Suara Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, Davin., 1991. *Managemen Brand Equity*. New York: The Free Press
- Arifin, Zaenal., 2010. *Suara Surabaya Bukan Radio*. Surabaya: Suara Surabaya Media.
- Azwar, Dr. Saifuddin. 2013. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bowdin, Glenn., Allen, Johnny., O'Toole, William., Harris, Rob.,& McDonnel, Ian., 2006. *Event Management second edition*. Great Britain: Elsevier
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Iskandar., 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial.*, Jakarta: Referensi.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management fourth edition*. Kendallville: Pearson.
- Kriyantono, Rachmat., 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.*, Jakarta: Kencana.
- Noor, Any., 2013. *Manajemen Event (Edisi Revisi).*, Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.

- Ruslan, Rosady., 2014. *Manajemen Public Relation & Media Komukasi.*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Silalahi, Ulber., 2012, *Metode Penelitian Sosial.*, Bandung: Refika Aditama.
- Singarumbun, Masri., & Effendi, Sofian. 2006. *Metode Penelitian Survai.* Jakarta: LP3ES
- Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi ke-5 Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Shone, Parry., & Parry, Bryn., 2010. *Successful Event Management a practical handbook: third edition.* United Kingdom: CENGAGE Learning
- Sugiyono., 2007. *Statistika untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Madhalena, E., & Syahputra. (2016). Pengaruh event marketing terhadap brand image rokok djarum super mild PT Djarum. *Ecodemica*. 4, 2, 45-54.
- Putri, F.S., (2016). Pengaruh special event kickfest terhadap pengetahuan khalayak mengenai brand lokal. *Dialektika*. 3, 1.
- Sukoco, M.H. (2014). Pengaruh pemasaran event terhadap citra merek minuman isotonic mizedi Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2, 3, 748-758.

Laporan

Research and Development Suara Surabaya. (2017). *Laporan Event Jazz Traffic Festival*. Surabaya; Author.

Wawancara

Ady Prajitno, Staff Radio Suara Surabaya divisi *Research and Development*, JTF sebagai riset *event*. Hari Rabu, 24 April 2016 Jam 15.00 WIB dan Hari Jumat, 8 April 2016 Jam 15.00 WIB.

Rudy Hartono, Staff Radio Suara Surabaya divisi *Human Resources Development*. Hari Rabu, 1 Maret 2017 Jam 13.00 WIB dan Hari Senin, 11 Desember 2017 jam 16.00 WIB.