

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sport sponsorship* yang dilakukan Go-Jek Indonesia terhadap citra merek yang menuntun kepada minat beli. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di BAB 4. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Sport Sponsorship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli jasa Gojek yang berarti semakin sering perusahaan melakukan program *sponsorship*, minat beli konsumen akan meningkat.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, yang berarti semakin baik citra merek Gojek di mata konsumen, semakin tinggi pula minat beli konsumen.
3. Citra merek tidak mampu memoderasi pengaruh dari *sponsorship* terhadap minat beli, yang berarti citra merek mampu untuk memperkuat pengaruh *sponsorship* pada minat beli konsumen untuk menggunakan jasa Gojek

1.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, diketahui terdapat gap yang cukup signifikan pada koefisien determinasi sponsorship dengan citra merek terhadap minat beli, koefisien citra merek berada jauh dibawah sponsorship dalam kontribusinya pada minat beli. oleh karena itu dengan keterbatasan kemampuan peneliti ,maka peneliti hanya mampu mengajukan saran akademis, sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya agar dikaji mengenai penyebab lemahnya kontribusi citra merek pada minat beli melalui indikator indikator yang dipakai pada penelitian ini