

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan mengumpulkan data dari 100 responden yang kemudian data tersebut diolah dan dengan merujuk seluruh hasil pengujian tersebut, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *event marketing Quantum Realm Exhibition* terhadap minat menonton film Marvel *Ant-Man and the Wasp: Quantumania* dan berdasarkan hasil yang diperoleh pada uji korelasi, diperoleh angka senilai 0,754 yang dapat diartikan bahwa kekuatan hubungan antara variabel event marketing (X) terhadap minat menonton (Y) termasuk kuat, maka hipotesis penelitian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.
2. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji regresi linear sederhana, *event marketing Quantum Realm Exhibition* memiliki pengaruh sebesar 56,9% terhadap minat menonton film Marvel *Ant-Man and the Wasp: Quantumania*. Hal ini juga menunjukkan bahwa terdapat 43,1% faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini yang ikut memberikan pengaruh terhadap minat menonton film Marvel *Ant-Man and the Wasp: Quantumania*.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, terdapat beberapa poin saran yang ditujukan bagi akademisi dan praktisi. Harapannya adalah saran-saran berikut mampu memberikan pengetahuan baru dan dijadikan pedoman dalam melakukan perbaikan di masa depan.

### 5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan dalam penelitian selanjutnya mampu menemukan 43,1% faktor lainnya dengan meneliti variabel-variabel yang berbeda. Selain itu, demi memperoleh hasil temuan yang lebih mendalam misalnya tentang perencanaan strategis *event marketing* yang dilaksanakan, penggunaan metode kualitatif atau *mixed methods* bisa dijadikan pertimbangan. Terakhir, melihat Marvel Studios sebagai perusahaan yang memiliki banyak penggemar dan pengikutnya, maka penelitian yang berfokus pada loyalitas konsumen juga bisa menjadi topik penelitian yang menarik dan penting untuk dilakukan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Melihat strategi *event marketing* dari Marvel yang mengundang pengunjung untuk mendokumentasikan pengalamannya melalui foto atau video, Marvel sebaiknya meningkatkan lagi interaksi dengan pengunjung misalnya dengan mengadakan kompetisi foto atau video terbaik yang diunggah menggunakan *hashtag* #AntManandtheWaspID sehingga menarik lebih banyak pengunjung yang mengunggah pengalaman mereka ke media sosial dan mengundang teman-temannya untuk ikut datang ke *event marketing* yang sedang berjalan. Selain itu, Marvel juga harus terus berinovasi menciptakan tema dan konsep yang baru mengikuti tren yang ada sehingga semakin banyak orang yang tertarik untuk datang.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Meski begitu, ada beberapa keterbatasan yang muncul dalam melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Event Quantum Realm Exhibition* dalam Meningkatkan Minat Menonton Film Marvel Ant-man and the Wasp: Quantumania”. Pertama, penelitian ini belum mampu menemukan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat menonton film Marvel Ant-Man and the Wasp: Quantumania selain *event marketing* karena fokus penelitian hanya berpusat pada *event marketing* yang dilakukan.

Keterbatasan kedua yang dimiliki penelitian ini adalah bahwa peneliti hanya berfokus pada responden dengan kelompok usia 13-26 tahun, sedangkan penonton film Marvel Ant-Man and the Wasp: Quantumania terdiri dari kelompok usia lainnya seperti Generasi Milenial dan Generasi Alpha. Selain itu, penelitian ini mengalami kendala pada pengumpulan data yang dilakukan dengan teknik *purposive sampling* setelah *event* berlangsung. Penelitian selanjutnya disarankan untuk dilakukan saat *event* berlangsung dan pengumpulan data dilakukan dengan teknik *accidental sampling*.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA