



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan proses penulisan yang telah dilakukan penulis terhadap penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh *Brand Film Filosofi Kopi* terhadap Kedai Filosofi Kopi, dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang diberikan dari brand yang dimiliki film *Filosofi Kopi* terhadap kedai Filosofi Kopi tidak begitu besar. Dengan pengaruh yang begitu kecil dari 3 variabel *independent* terhadap satu variabel *dependent* bahkan diperoleh hasil yang negatif, maka hanya terdapat satu variabel yang memperoleh angka positif yaitu variabel *brand equity*. *Awareness* serta kualitas yang dibangun pada *brand film Filosofi Kopi* memiliki pengaruh dengan nilai yang positif terhadap kedai Filosofi Kopi. Sedangkan *brand* dalam film seperti *character brand*, *people brand* ataupun *studio brand* yang dimiliki oleh film *Filosofi Kopi* tidak cukup untuk memberikan pengaruh bagi penonton untuk datang ke kedai Filosofi Kopi. Secara keseluruhan, pada akhirnya pengaruh yang diberikan oleh *brand film Filosofi Kopi* terhadap kedai Filosofi Kopi hanya sebesar 9.2% dan sisanya sebesar 90.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk pada penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor sosial ekonomi, psikologi ataupun hal-hal yang diluar variabel dari *brand film Filosofi Kopi*.

5.2. Saran

Selama proses penelitian untuk penulisan skripsi ini, penulis kemudian memiliki beberapa saran. Sumber-sumber informasi yang berkaitan dengan penelitian ini perlu segera diperbaharui, sama halnya dengan data-data yang digunakan juga perlu diperbaharui secara berskala agar informasi yang diperoleh menjadi lebih valid. Dalam menjalani penelitian ini juga dibutuhkan pendekatan yang lebih persisten dan berkesinambungan sehingga dapat mempermudah proses pengambilan data. Selain itu, bagi peneliti kuantitatif selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, maka dapat dikaji secara terbalik. Dengan adanya kemungkinan bahwa sebuah kedai kopi bukan lagi menjadi produk turunan namun dapat menjadi sebuah bahan marketing maka hal tersebut dapat dikaji pengaruhnya terhadap film berikutnya. Kemudian pendekatan kualitatif juga dapat diterapkan untuk memperoleh hasil yang berbeda.

