

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone* Blackberry, arti positif adalah jika semakin tinggi tingkat ketidakpuasan yang dirasakan atas *smartphone* Blackberry, maka akan berdampak semakin tinggi tingkat perpindahan merek *smartphone* Blackberry ke *smartphone* merek lain dan arti signifikan adalah pengaruh ini dapat diberlakukan untuk populasi. Hasil dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,845 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,973, dan juga nilai signifikansi variabel ketidakpuasan konsumen ( $X_1$ ) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone* Blackberry, arti positif adalah jika semakin tinggi kebutuhan konsumen mencari variasi atas produk *smartphone* merek lain, maka akan berdampak semakin tinggi tingkat perpindahan merek *smartphone* Blackberry ke *smartphone* merek lain dan arti signifikan adalah pengaruh ini dapat diberlakukan untuk populasi. Hasil dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,987 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,973,

dan juga nilai signifikansi variabel kebutuhan mencari variasi ( $X_2$ ) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi bersama-sama terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone* Blackberry, arti positif adalah jika semakin tinggi ketidakpuasan konsumen atas *smartphone* Blackberry dan kebutuhan konsumen mencari variasi atas produk *smartphone* merek lain, maka akan berdampak semakin tinggi tingkat perpindahan merek *smartphone* Blackberry ke *smartphone* merek lain dan arti signifikan adalah pengaruh ini dapat diberlakukan untuk populasi. Hasil dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 45,074 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,05, dan juga nilai signifikansi variabel kebutuhan mencari variasi ( $X_2$ ) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

#### **B. Implikasi Teoritik dan Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek, oleh karena itu, untuk mengurangi perpindahan merek, produsen Blackberry harus mengurangi ketidakpuasan dan mengurangi keinginan mencari variasi.

Di sisi lain hasil penelitian pada analisis deskriptif terdapat beberapa implikasi manajerial yang harus diperhatikan. Beberapa indikator/ item pernyataan terdapat respon konsumen yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki, yakni

## 1. Variabel Ketidakpuasan Konsumen

### a. Dimensi Kinerja (*performance*)

Pada pernyataan, ketika dihidupkan proses *booting* Blackberry lambat, mendapatkan hasil positif. Hal ini disebabkan bahwa konsumen merasa bahwa proses *booting* Blackberry lambat. Untuk itu Blackberry harus meng-*upgrade hardware* Blackberry agar proses *booting* lebih cepat.

### b. Dimensi Fitur (*features*)

(1) Berdasarkan pernyataan mengharuskan membeli paket khusus untuk menikmati fitur *Blackberry Messenger* (BBM) mendapatkan hasil yang positif. Hal ini dikarenakan konsumen merasa terbebani dengan paket tambahan khusus untuk menikmati fitur *Blackberry Messenger* (BBM). Blackberry harus menghilangkan paket tambahan ini.

(2) Berdasarkan pernyataan ketersediaan aplikasi di Toko aplikasi (*app store*) *Blackberry World* minim, mendapatkan hasil yang positif. Hal ini disebabkan konsumen merasa kurang pada ketersediaan aplikasi di *Blackberry World*. Maka dari itu Blackberry harus menambah ketersediaan aplikasi di *Blackberry World*.

### c. Dimensi desain

Pada pernyataan layar Blackberry berukuran kecil, respon yang didapat adalah positif, yang berarti konsumen merasa layar Blackberry tergolong kecil, tidak seperti *smartphone* lainnya. Untuk itu, pihak

Blackberry perlu memperlebar layar Blackberry, agar konsumen merasa nyaman dengan layar yang lebar.

## 2. Variabel Kebutuhan Variasi

### a. Dimensi Rasa Penasaran

Berdasarkan pernyataan Penasaran terhadap kinerja *smartphone* lain, mendapatkan respon positif berdasarkan responden yang menjawab sangat setuju dan setuju berjumlah 144 (80%). Hasil tersebut disebabkan konsumen penasaran terhadap kinerja *smartphone* merek lain, untuk itu Blackberry perlu memperbaiki kinerja *smartphone* Blackberry, agar konsumen merasa kinerja yang ada di *smartphone* Blackberry telah cukup, sehingga tidak menimbulkan rasa penasaran pada *smartphone* lain.

### b. Dimensi Perbedaan yang dirasakan antar merek

(1) Berdasarkan pernyataan *Browsing* di *smartphone* merek lain lebih cepat, menghasilkan respon yang positif dari responden, hal ini disebabkan kecepatan ketika konsumen melakukan *browsing* di *smartphone* lain lebih cepat dibandingkan dengan Blackberry. Implikasinya adalah mungkin pihak Blackberry harus meningkatkan perbaikan pada *signal receiver*, sehingga masalah kecepatan *browsing* bisa teratasi.

(2) Pada pernyataan menjalankan aplikasi di *smartphone* merek lain berjalan lancar, menghasilkan respon yang positif, faktor tersebut dapat disebabkan oleh *hardware* Blackberry kurang mampu untuk

menopang aplikasi ketika aplikasi tersebut berjalan. Untuk itu pihak Blackberry harus mengupayakan *peng-upgrade-an* terhadap komponen-komponen *hardware smartphone* Blackberry, seperti *Processor, RAM*, dll.

(3) Pada pernyataan game di *smartphone* lain lebih menarik, menghasilkan respon yang positif dari responden. Hal ini dikarenakan konsumen merasa *game* di *smartphone* merek lain lebih menarik. Untuk itu pihak Blackberry perlu meningkatkan kreatifitas dalam membuat *game*, agar lebih menarik hati konsumen.

### 3. Variabel Keputusan Perpindahan Merek

#### a. Dimensi keinginan berpindah ke penyedia produk lainnya

Berdasarkan pernyataan kuesioner Ingin merasakan teknologi terbaru di *smartphone* merek lain, menghasilkan respon yang positif dengan hasil 163 (90,6%) responden. Hasil tersebut disebabkan konsumen ingin merasakan teknologi terbaru di *smartphone* merek lain.

Berdasarkan pernyataan *Up to date* dengan perkembangan produk *smartphone*. Menghasilkan respon yang positif sebesar 129 (71,7%) responden. Hasil tersebut disebabkan konsumen mengikuti perkembangan produk *smartphone*. Untuk selanjutnya Blackberry perlu *up to date* mengenai pasar *smartphone*, sehingga Blackberry dapat mengantisipasi kebutuhan konsumen terhadap *smartphone*.

b. Dimensi keinginan untuk mempercepat penghentian hubungan

Pada pernyataan memiliki produk idaman di *smartphone* merek lain. Menghasilkan respon yang positif sebesar 141 (78,3%) responden. Hal ini dikarenakan, konsumen memiliki produk idaman di *smartphone* lain. Untuk itu Blackberry harus meningkatkan kepuasan konsumen, agar Blackberry tetap menjadi idaman bagi konsumen.

### C. Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

#### 1. Saran praktis

##### a. Variabel Ketidakpuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan variabel Ketidakpuasan Konsumen, maka dapat diberikan beberapa saran untuk pihak perusahaan. Saran-saran tersebut, sebagai berikut :

(1) Blackberry seharusnya lebih memperhatikan kinerja dari *smartphone* Blackberry, dalam hal kecepatan proses *booting*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara meng-*upgrade hardware smartphone* Blackberry, sehingga proses *booting* bisa menjadi lebih cepat, dengan demikian konsumen tidak perlu menunggu lama ketika menghidupkan *smartphone*, karena konsumen membutuhkan *smarthphone* yang cepat untuk memenuhi aktifitas sehari-hari.

- (2) Blackberry seharusnya memperhatikan kebijakan terhadap fitur *Blackberry Messenger* yang mengharuskan konsumen membeli paket tambahan khusus untuk mengaktifkan fitur *Blackberry Messenger*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menghilangkan kebijakan diperlukannya paket tambahan khusus bagi konsumen untuk menikmati layanan *Blackberry Messenger*.
- (3) Blackberry sebaiknya memperhatikan setiap kebutuhan konsumen yang menginginkan ketersediaan aplikasi yang banyak di Blackberry World. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menjalin kerja sama dengan pihak *developer* aplikasi untuk menciptakan berbagai aplikasi di Blackberry World, seperti halnya di *smartphone* merek lain.
- (4) Blackberry seharusnya memperhatikan desain layar *smartphone* Blackberry dengan meningkatkan ukuran layar Blackberry agar konsumen merasa nyaman dengan layar yang lebar. Hal ini dapat dilakukan dengan memperlebar ukuran layar Blackberry.
- (5) Blackberry harus terus menerus meningkatkan kepuasan konsumen, dengan cara memenuhi harapan konsumen dengan kenyataan yang ada, ketika konsumen mengharapakan *smartphone* Blackberry yang berkualitas dan berkinerja baik, maka Blackberry harus memenuhi harapan tersebut dengan menciptakan *smarphone* yang berkualitas baik. Dengan itu keputusan perpindahan merek yang dilakukan konsumen dapat diminimalisir.

b. Kebutuhan Mencari Variasi

- (1) Kinerja *smartphone* Blackberry perlu diperbaiki, agar konsumen tidak penasaran terhadap kinerja *smartphone* lain. Blackberry dapat memasang *hardware* berspesifikasi tinggi, seperti penggunaan CPU dengan beberapa *core* yang tentunya akan berpengaruh terhadap kinerja Blackberry, penambahan *Random Access Memory* (RAM) yang akan meningkatkan kecepatan dalam pengaksesan aplikasi, dan *Graphic Processing Unit* (GPU) untuk meningkatkan proses *frame rate per second* (FPS) ketika memainkan *game*.
- (2) Blackberry perlu memperbaiki *signal receiver* agar penangkapan terhadap sinyal menjadi mudah. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meng-*upgrade* komponen tersebut dengan komponen yang lebih baik. Sehingga ketika *browsing* internet menjadi lebih cepat. Selain itu Blackberry dapat meningkatkan jaringan ke yang lebih tinggi yaitu 4G, yang sekarang ini sudah mulai diperkenalkan kepada masyarakat.
- (3) Blackberry perlu menyesuaikan antara aplikasi dengan *hardware* pada *smartphone* Blackberry, agar menjalankan aplikasi pada *smartphone* Blackberry berjalan lancar. Peningkatan *hardware* dapat berupa memakai *Central Processing Unit* (CPU) berkecepatan tinggi agar tidak mudah terjadi *lag* dan *hang* ketika menjalankan berbagai aplikasi dan penambahan kapasitas *Random*

*Access Memory* (RAM) yang akan mempermudah pengaksesan aplikasi dan game.

- (4) Blackberry perlu menciptakan *game-game* yang atraktif dan menarik, dan berkualitas, agar konsumen tidak beralih ke *smartphone* lain yang menyediakan *game* yang membuat penasaran konsumen. Pihak Blackberry dapat bekerja sama dengan para *developer* game untuk membuat *game* eksklusif di Blackberry. *Game-game* tersebut dapat ber-*genre*, *action*, *role playing*, simulasi, dan lain-lain.
- (5) Blackberry sebaiknya membuat varian-varian *smartphone* terbaru, selain itu inovasi terhadap produk harus ditingkatkan sehingga konsumen tidak merasa jenuh terhadap *smartphone* Blackberry dan kebutuhan konsumen akan terpenuhi serta untuk mengantisipasi konsumen melakukan keputusan perpindahan merek *smartphone*. Inovasi dapat dilakukan dengan cara melakukan riset kepada konsumen agar Blackberry dapat mengetahui keinginan konsumen.

## 2. Saran Teoritis

- a. Untuk penelitian selanjutnya, dapat digunakan variabel bebas lain selain yang digunakan dalam penelitian ini, seperti harga, iklan, faktor promosi, *celebrity endorser*, dan lain-lain. Dengan menggunakan variabel bebas lainnya diharapkan akan memperjelas hal-hal apa saja yang mempengaruhi perpindahan merek *smartphone* Blackberry

- b. Untuk mendapatkan hasil yang lebih valid, penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel dan memperlebar populasi penelitian ke populasi yang lebih luas, seperti perkotaan, kabupaten, maupun provinsi.