

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menganalisis data primer mengenai pengaruh ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking* terhadap keputusan perpindahan merek pembalut Kotex wanita, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini diantaranya:
 - a. pada variabel ketidakpuasan, mayoritas responden merespon pernyataan-pernyataan yang mencakup ketidakpuasan seperti kinerja produk, daya tahan produk, kesesuaian spesifikasi, keistimewaan, kehandalan, dan desain. Hal ini menandakan bahwa masih banyak yang menyatakan negative tentang produk kotex. Meskipun satu pernyataan yang dijawab cenderung positif lebih dari 28 responden.
 - b. pada variabel *variety seeking*, mayoritas responden merespon negatif pernyataan-pernyataan yang mencakup kebutuhan menvari variasi seperti banyak pilihan, adanya rasa bosan, tidak adanya merek *favourite*, tidak khawatir mencoba merek dan perbedaan yang dirasakan. Hal ini menandakan bahwa *variety seeking* pembalut kotex cukup buruk meskipun ada dua pernyataan yang dijawab cenderung negatif lebih dari 28 responden.
 - c. pada variabel keputusan ⁸² ndahan merek, mayoritas responden merespon negatif pernyataan-pernyataan yang mencakup keputusan perpindahan merek seperti keinginan berpindah ke penyedia produk lainnya, ketidakbersediaan

menggunakan produk ulang, dan keinginan mempercepat penghentian hubungan. Hal ini menandakan pembalut kotex cukup buruk meskipun ada tiga pernyataan yang dijawab cenderung positif lebih dari 28 responden.

- d. Variabel ketidakpuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek Kotex. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0.000 yang lebih kecil dari 0.05.
- e. Variabel *variety seeking* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0.000 yang lebih kecil dari 0.05.
- f. Kedua variabel independen yaitu ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking* juga secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan perpindahan merek Karena nilai sig 0.000 lebih kecil dari 0,05. Dan variasi nilai keputusan perpindahan merek yang dijelaskan oleh ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking* sebesar 30.1%.

5.2 Saran

1. Saran – saran untuk penelitian lanjutan:
 - a. Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan *item* pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang valid dan *reliable*. Dengan menggunakan variabel yang berbeda seperti promosi, harga terhadap keputusan perpindahan merek.
 - b. Hendaknya menambahkan referensi-referensi terbaru serta menambahkan *review* penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian bisa lebih dipertanggung jawabkan.
 - c. Hendaknya menambahkan variabel lain seperti harga dan promosi agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek.
2. Saran – saran yang ditujukan untuk Kotex:
 - a. **Pada pernyataan nomor 11 ada beberapa konsumen yang merasa bahwa motif/corak pada pembalut kotex menarik. Konsumen mengatakan bahwa motif/ corak hal yang pertama dilihat oleh konsumen oleh panca indera sebagai daya tarik sehingga kotex bisa meningkatkan motif/corak pembalut kotex karena terbukti motif/coraknya disukai konsumen. Oleh karena itu Perusahaan tetap mempertahankan motif corak karena motif corak adalah kekuatan yang dimiliki kotex. Hal ini tidak signifikan untuk keputusan perpindahan merek.**
 - b. **Pada pernyataan nomor 19, mendapatkan respon yang positif dan bukan pengaruh yang nyata terhadap keputusan**

perpindahan merek. Beberapa responden masih belum merasa produk pembalut kotex memiliki harga yang cukup kompetitif dengan pembalut kotex lainnya, dimana sebagian masih ada yang merasa pembalut kotex masih lebih murah dibanding produk lain. Kotex menggunakan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen dan juga harga kotex sesuai dengan manfaatnya.