

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif ini diantaranya yaitu:
 - a. Berdasarkan hasil perhitungan variabel atribut produk dapat memberi gambaran bahwa *smartphone* Samsung mempunyai atribut produk yang cukup baik dibandingkan dengan Blackberry. Namun ada beberapa item pernyataan yang mendapat respon negative dari responden untuk produk Samsung, sedangkan seluruh item pernyataan mendapat respon negative untuk Blackberry. Hal ini menggambarkan bahwa Blackberry memiliki atribut produk yang kurang baik dalam segi kualitas produk, fitur dan desain produk.
 - b. Pada variabel persepsi harga seluruh item pernyataan direspon negative oleh responden baik untuk Samsung maupun Blackberry. Namun presentase Samsung masih lebih tinggi dibandingkan dengan Blackberry dalam respon pernyataan yang positif. Beberapa responden belum merasakan adanya keseimbangan antara harga dengan manfaat, adanya biaya yang

terlalu boros dalam pemakaian produk, dan juga hubungan antara harga dengan kualitas yang diberikan.

- c. Pada variabel perpindahan merek pun mendapat respon negative baik untuk Blackberry dan Samsung. Ini menggambarkan bahwa masih banyak faktor – faktor lain yang menyebabkan perpindahan merek. Dalam hal ini, *smartphone* merupakan barang elektronik yang termasuk mahal, sehingga tidak semua konsumen melakukan percepatan penghentian merek sebelumnya. Selain itu, konsumen juga masih bersedia memakai produk yang lama.
2. Variabel atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek dalam produk Samsung maupun Blackberry.. Pada uji t Samsung pengaruh atribut produk terhadap perpindahan merek t-hitung sebesar 4,685 dengan t – table 1,96, karena t – hitung $\geq 1,96$ dan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta memiliki pengaruh sebesar 17,6 %, sedangkan pada Blackberry pengaruh atribut produk terhadap perpindahan merek pada Blackberry sebesar 14,9 % dengan ada nya nilai t hitung 4,254 dengan t – table 1,96, karena t – hitung $\geq 1,96$ dan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka, dapat dikatakan atribut produk mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap perpindahan merek baik pada Samsung maupun Blackberry

3. Variabel persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek pada Samsung maupun Blackberry Pada uji t Samsung pengaruh persepsi harga terhadap perpindahan merek t-hitung sebesar sebesar 4,639 dengan t – table 1,96, karena t – hitung $\geq 1,96$, memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta memiliki pengaruh sebesar 17,3 %, sedangkan pada Blackberry pengaruh persepsi harga terhadap perpindahan merek pada Blackberry sebesar 14 % dengan ada nya nilai t hitung 4,092 dengan t – table 1,96, karena t – hitung $\geq 1,96$ dan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka, dapat dikatakan persepsi harga mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap perpindahan merek baik pada Samsung maupun Blackberry
4. Variabel atribut produk dan persepsi harga secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek baik untu Samsung maupun Blackberry. Pengaruh atribut produk dan persepsi harga terhadap perpindahan merek untuk Samsung sebesar 25,7 % dengan nilai F – hitung lebih besar dari F – tabel atau $23,057 \geq 19,48$, sedangkan untuk Blackberry pengaruh atribut produk dan persepsi harga terhadap perpindahan merek sebesar 24,4 % dengan nilai F – hitung lebih besar dari F – tabel atau $21,768 \geq 19,48$. Dengan demikian dapa dikatakan bahwa variable bebas atribut produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan

terhadap variable terikat perpindahan merek baik pada produk Samsung maupun Blackberry.

5.2 Saran

5.2.1 Saran operasional untuk Samsung Android

1. Produsen Samsung Android perlu memperbaiki kualitas produk pada Samsung seperti baterai yang bisa lebih tahan lama, memiliki RAM yang lebih besar agar tidak melambat saat membuka aplikasi.
2. Produsen Samsung Android dengan berbasis OS android diharap lebih mampu menciptakan fitur – fitur lebih menarik dan inovatif lagi dari OS lainnya. Sehingga, para konsumen tertarik untuk menggunakan Samsung
3. Samsung diharapkan mampu menciptakan produk yang lebih *simple* lagi dalam hal bentuk *smartphone*, sehingga pengguna tetap nyaman dalam menggunakan maupun membawa *smartphone* kemana saja. Selain itu, Samsung seharusnya lebih berani lagi dalam menciptakan produk yang memiliki banyak pilihan warna dan dengan desain yang lebih menarik konsumen.
4. Produsen Samsung dapat lebih menciptakan produk yang mencerminkan bahwa harga menggambarkan kualitas produk tersebut. Selain itu, Samsung dapat lebih menawarkan produk dengan harga yang terjangkau. terutama bagi pelajar dan mahasiswa.
5. Samsung mampu menciptakan kualitas yang baik dan tahan lama, agar konsumen merasakan bahwa menggunakan produk Samsung tidak terlalu banyak biaya untuk perawatan dan perbaikan

6. Samsung dapat menciptakan produk yang sesuai dengan manfaat yang ada. Terutama untuk produk yang memiliki harga mahal, seharusnya juga memiliki manfaat yang lebih banyak dari produk dengan harga yang rendah.
7. Mengetahui beberapa hal yang harus produsen Samsung dalam berpindah merek agar dapat mengambil alih konsumen untuk berpindah ke Samsung. Memikirkan bagaimana caranya agar Samsung tetap digunakan walaupun suatu saat nanti konsumen berpindah merek, seperti memberi kemudahan untuk *upgrade* OS di gerai – gerai yang tersedia. Apabila Samsung ingin membuat konsumen berpindah merek ke Samsung, produsen sebaiknya menciptakan harga yang terjangkau agar konsumen dapat mempercepat pemakaian produk sebelumnya.
8. Samsung harus terus melakukan inovasi inovasi baru dalam menciptakan produk agar konsumen dapat beralih ke Samsung walaupun mereka tidak bosan pada produk sebelumnya dan tidak merasa kecewa.

5.2.2 Saran Operasional untuk Blackberry

1. Blackberry harus memperhatikan kualitas produk yang jauh lebih baik lagi seperti menciptakan produk yang tidak cepat panas, Blackberry dengan RAM yang lebih besar agar tidak lambat membuka aplikasi, dapat diisi banyak aplikasi maka *internal memory* harus lebih besar lagi dan dapat menyimpan aplikasi di *external memory* , menciptakan produk dengan daya tahan baterai yang lebih lama dan tidak boros.

Selain itu juga mampu menciptakan *charger* dengan arus yang lebih tinggi sehingga dapat mengisi baterai dengan cepat dan charger tidak mudah rusak. Dengan demikian, konsumen dapat menilai bahwa Blackberry memiliki kualitas yang baik dan tidak mudah rusak.

2. Blackberry menyediakan *upgrade* BBM yang lebih inovatif lagi dan berbeda dengan fitur BBM yang ada pada android dan iOS, dapat menciptakan produk yang memiliki konektivitas nirkabel yang lebih baik dan tidak rumit lagi, seperti dapat mengirim file lebih dari satu dalam setiap pengiriman melalui *bluetooth*. Mampu menciptakan produk dengan fitur kamera yang lebih jernih lagi dan multimedia yang lebih inovatif dari produk pesaing lainnya. Sebaiknya ditambahkan beberapa fitur yang dapat *download* di *app store* dengan gratis. Selain itu Blackberry diharapkan memiliki OS yang lebih inovatif yang mampu memberikan manfaat lebih bagi penggunanya. Dengan demikian, konsumen akan puas terhadap fitur – fitur yang terdapat di Blackberry
3. Blackberry sebaiknya dapat menciptakan *smartphone* dengan layar sentuh dan juga dengan bentuk yang unik sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya yang sudah menggunakan layar sentuh. Selain itu, Blackberry dapat menciptakan produk dengan jalur masuk aplikasi yang lebih mudah lagi sehingga pengguna dapat lebih nyaman dan mudah menggunakannya. Blackberry juga diharapkan mampu

menciptakan *smartphone* dengan desain warna yang unik dan dengan banyak pilihan warna.

4. Blackberry diharapkan dapat menciptakan produk yang mencerminkan bahwa harga menggambarkan kualitas produk tersebut dan menyediakan harga yang terjangkau bagi semua kalangan khususnya pelajar dan mahasiswa dengan perbedaan harga yang agak lebih jauh setiap tipe nya.
5. Blackberry mampu menciptakan produk yang tahan lama dan aplikasi yang tidak berbayar agar pengguna tidak merasa harus mengeluarkan biaya yang banyak untuk perawatan dan perbaikan *smartphone*.
6. Menciptakan produk yang sesuai antara harga yang dikeluarkan konsumen dengan manfaat yang didapat. Terutama untuk produk yang memiliki harga mahal, seharusnya juga memiliki manfaat yang lebih banyak dari produk dengan harga yang rendah.
7. RIM melakukan riset mengenai penyebab yang membuat konsumen berpindah merek, agar RIM mampu membuat konsumen untuk beralih menggunakan Blackberry. Selain itu, Blackberry harus mempertahankan keunggulan yang dimiliki sehingga apabila pengguna memilih berpindah ke merek lain, Blackberry tetap digunakan. Apabila ingin membuat konsumen berpindah merek ke Blackberry, produsen sebaiknya menciptakan harga yang terjangkau agar konsumen dapat mempercepat pemakaian produk sebelumnya

8. Blackberry pun terus melakukan inovasi inovasi baru dalam menciptakan produk agar konsumen dapat beralih kembali ke Blackberry walaupun mereka tidak bosan pada produk sebelumnya. Blackberry pun harus menciptakan produk *smartphone* yang tidak mengecewakan penggunanya agar Blackberry tetap mendapatkan *image* yang baik bagi pengguna.

5.2.3 Saran bagi penelitian selanjutnya

1. Sebaiknya peneliti menambahkan variabel lain yang mempengaruhi perpindahan merek dan tidak hanya dilihat dari satu atau dua variabel seperti atribut produk dan persepsi harga saja, tetapi variabel atau faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi hal tersebut seperti contohnya kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, baik promosi iklan ataupun promosi penjualan, citra merek dan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi perpindahan merek.
2. Sebaiknya menambah area penelitian, agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik lagi.