

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 memikat konsumennya untuk berpindah merek. Namun terdapat responden yang memberikan respon negatif lebih dari 30% pada pernyataan daya tahan *smartphone* Samsung tidak lebih awet dari ponsel Nokia.
 - b. *Variety seeking* mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam perpindahan merek pengguna *smartphone* Samsung. Dapat dilihat dari hasil perhitungan dimensi-dimensi *variety seeking* yang mendapatkan respon yang sangat positif dari para responden. Namun perlu diperhatikan terdapat sekitar 30% responden yang memberikan respon negatif tentang Pernyataan suka mencoba-coba merek yang belum dipakai, ini membuktikan banyak faktor yang dipertimbangkan konsumen sebelum akhirnya memutuskan berpindah merek.
 - c. Selanjutnya variabel perpindahan merek, mendapat respon yang positif dari responden. Ini menandakan bahwa responden

memiliki keinginan yang tinggi untuk berpindah merek. Meski demikian terdapat lebih dari 30% respon negatif pada Pernyataan tentang kekecewaan atas pelayanan yang diberikan Nokia setelah pembelian,

2. Variabel atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek, Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0.05.
3. Variabel *variety seeking* berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0.05. dan variasi nilai keputusan pembelian yang dijelaskan oleh *variety seeking* sebesar 15,6%.
4. Variabel atribut produk dan *variety seeking* secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0.05.

5.2 Saran

5.2.1 Saran operasional

4. Samsung perlu melakukan pengamatan lebih lanjut tentang kerusakan-kerusakan yang paling sering terjadi pada produknya agar selanjutnya bisa dievaluasi untuk diperbaiki. Di samping itu Samsung bisa juga membuat inovasi *smartphone* yang tahan banting atau tahan air agar mencegah faktor-faktor kerusakan umum yang akan timbul pada *smartphone*, sehingga mengurangi potensi konsumen berpikir bahwa *smartphone* Samsung lebih cepat rusak.
5. Samsung dan Nokia harus lebih mendekatkan produk mereka ke

konsumen yang memiliki keinginan untuk mencari variasi produk melalui para selebritis atau orang yang berpengaruh khususnya di sosial media dengan melakukan *endorsement*, dengan demikian para *endorsers* yang telah merasakan menggunakan *smartphone* Samsung dapat menyebarkan pengalaman positif mereka melalui sosial media dan akhirnya dapat mempengaruhi konsumen menjadi penasaran untuk mencobanya sendiri dan akhirnya berniat untuk membeli *smartphone* tersebut.

6. Nokia harus mempertahankan pelayanan yang diberikan setelah pembelian, dan menjadikan hal tersebut sebagai nilai positif yang dipromosikan kepada pengguna agar pengguna berfikir lagi untuk meninggalkan Nokia. Sedangkan Samsung juga harus meningkatkan pelayanan purna jual mereka untuk terus bisa merebut perhatian konsumen, hal yang bisa dilakukan misalnya tetap menyediakan *update operating system smartphone* yang sudah beredar secara berkala. Agar pengguna *smartphone* Samsung tetap merasa *handphonenya* tidak ketinggalan, dan akhirnya tetap setia menggunakannya.

5.2.2 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 *variety seeking* 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.