

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian mengenai hubungan antara hambatan berpindah dengan minat pembelian ulang, dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan fakta dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara hambatan berpindah dengan minat pembelian ulang pada mahasiswa jurusan Ekonomi dan Administrasi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat Jl. Rawamangun muka Jakarta Timur. Semakin baik hambatan berpindah maka akan semakin tinggi pula minat pembelian ulang.
2. Besarnya koefisien determinasi 37,32%, ini berarti minat pembelian ulang dipengaruhi oleh hambatan berpindah sebesar 37,32%. Dan memperlihatkan bahwa Hambatan berpindah berpengaruh terhadap minat pembelian ulang.

#### **B. Implikasi**

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa hambatan berpindah termasuk salah satu variabel yang menentukan minat pembelian ulang mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Mengingat hambatan berpindah konsumen mempunyai peranan penting dalam meningkatkan minat beli ulang konsumen. Maka perusahaan dalam hal ini PT

Indosat Multi Media Mobile (IM3) perlu memikirkan cara yang cocok untuk memberikan hambatan kepada konsumen secara efektif.

Hal ini membuktikan bahwa hambatan berpindah merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat minat pembelian ulang. Dengan adanya hambatan berpindah yang diberikan maka akan mendorong minat beli ulang konsumen PT. Indosat Multi Media Mobile (IM3).

Pada dasarnya hubungan antara perusahaan dengan konsumen adalah hubungan yang dinamis untuk menghasilkan minat beli dan laba yang tinggi yang dapat menguntungkan keduanya. Perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang besar, di sisi lain konsumen menginginkan kepuasan yang setimpal.

Dalam hubungan dua arah, antara perusahaan dan konsumen tentunya tidak ada yang mau dirugikan. Oleh karena itu, kondisi ini harus menimbulkan hubungan yang saling menguntungkan antar kedua pihak.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pihak perusahaan PT Indosat Multi Media Mobile (IM3) akan mempertahankan bentuk hubungan yang saling menguntungkan, sehingga membuat konsumen menghasilkan minat beli ulang yang baik sesuai dengan harapannya.

### **C. Saran**

Saran-saran yang kiranya dapat diberikan peneliti adalah:

1. PT. Indosat Tbk sebagai perusahaan yang memproduksi atau menerbitkan kartu prabayar IM3 harus mempertahankan kualitas dan karakteristik produk yang saat ini dihasilkan. Perusahaan juga perlu melakukan

pengembangan-pengembangan produk, inovasi produk sehingga konsumen akan tetap tertarik memakai produk IM3 dan menggunakan produk Im3 dan menjadikan mereka tetap loyal.

2. Dalam membuat *switching barrier* perusahaan hendaknya memperhatikan strategi perusahaan lain agar konsumen tidak tertarik untuk beralih perusahaan lain.
3. Dalam membuat *switching barrier* perusahaan Indosat hendaknya tetap memperhatikan kenyamanan konsumen seperti memperkuat jaringan telekomunikasi dan menambah jumlah pelayanan *customer service*.
4. Pelajar dan mahasiswa adalah golongan konsumen yang membutuhkan kartu prabayar yang hemat, nominan yang beragam, harga pulsa yang murah, fitur yang menarik, dan supergaul. Hal tersebut yang seharusnya dipahami oleh PT. Indosat Tbk dengan meningkatkan kualitas produk IM3 mengingat pelajar dan mahasiswa adalah segmen pasar yang harus dijaga, selain itu PT Indosat sendiri juga mengakui bahwa pelajar dan mahasiswa merupakan konsumen dominan yang menggunakan produk Im3.
5. Hasil dari penelitian ini juga diketahui bahwa masih terdapat variabel-variabel bebas lain yang mempengaruhi dalam penelitian ini. Penulis berharap jika di lain kesempatan ada peneliti lain maka diharapkan menambah variabel-variabel lain selain hambatan berpindah yang mempengaruhi minat pembelian ulang.