

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif antara fitur produk terhadap perpindahan merek *smartphone Samsung ke Xiaomi* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 20,088 + 0,569 X_1$. Hal ini berarti jika fitur produk (X_2) nilainya 0, maka perpindahan merek (Y) mempunyai nilai sebesar 20,088. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara fitur produk dengan perpindahan merek. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat fitur produk maka semakin meningkat pula perpindahan merek. perpindahan merek ditentukan oleh fitur produk sebesar 34,9% dan sisanya 65,1% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara promosi terhadap perpindahan merek *smartphone Samsung ke Xiaomi* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 21,443 + 0,655 X_2$. Hal ini berarti jika promosi (X_2) nilainya 0, maka perpindahan merek (Y) mempunyai nilai sebesar 21,443. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,655 yang berarti apabila promosi (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka perpindahan merek (Y) akan meningkat sebesar 0,655 pada konstanta sebesar 21,443. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara promosi dengan

perpindahan merek. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat promosi maka semakin meningkat pula perpindahan merek. Perpindahan merek ditentukan oleh promosi sebesar 50,6% dan sisanya 49,4% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa fitur produk dan promosi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perpindahan merek. Fitur produk dan promosi juga berpengaruh positif dan signifikan dengan perpindahan merek. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata – rata hitung skor masing – masing indikator dari variabel fitur produk terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah kemudahan dalam mengakses sebesar 33,80% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator jenis aplikasi dalam smartphone sebesar 33,02% dan pada variabel promosi terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator hubungan masyarakat dengan sub indikator bantuan kepada korban bencana alam/bantuan kepada orang sakit sebesar 25,33% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator promosi penjualan dengan sub indikator paket harga/hadiah sebesar 24,59%.

Dari hasil pengolahan data, produsen seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator – indikator yang rendah agar dilakukan perbaikan serta peningkatan untuk ke depannya. Selain itu, produsen harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tinggi, sehingga perpindahan merek smartphone

Samsung ke Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta dapat terjadi.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan perpindahan merek *smartphone Samsung ke Xiaomi* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta antara lain:

1. Berdasarkan variabel perpindahan merek untuk pengguna setia *smartphone Samsung* agar tidak mudah tertarik lagi untuk lebih memilih merek lain hanya karena rasa bosan dan penasaran ingin memiliki *smartphone* yang menjadi saingannya itu.
2. Berdasarkan variabel fitur produk untuk pengguna *smartphone Samsung* sebaiknya lebih biasa mempelajari lagi jenis aplikasi dalam *smartphone Samsung* karena fitur pada jenis terbaru dalam *smartphone Samsung* yang menjadi kelebihan untuk bias menyaingi saingannya dulu.
3. Berdasarkan variabel promosi yang terdapat hadiah pada promosi penjualan, untuk pengguna *smartphone Samsung* harus lebih bias mengetahui perbandingan beberapa keuntungan hadiah yang akan didapat pada *smartphone Samsung* daripada saingannya itu saat membelinya.