

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Variety seeking dengan Perpindahan Merek

Terdapat hubungan yang positif antara *variety seeking* dengan perpindahan merek *smartphone* iPhone ke Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta. Perpindahan merek ditentukan oleh *variety seeking* sebesar 36,3% dan sisanya 63,7% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $\hat{Y} = 44,970 + 0,506 X_1$. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara *variety seeking* dengan perpindahan merek. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat *variety seeking* maka semakin meningkat pula perpindahan merek.

2. Kualitas Produk dengan Perpindahan Merek

Terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan perpindahan merek *smartphone iPhone* ke Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk sebesar 31,8% dan sisanya 68,2% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $\hat{Y} = 44,722 + 0,507 X_2$. Koefisien X_2 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan perpindahan merek. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat pula perpindahan merek.

3. Variety seeking dan Kualitas Produk dengan Perpindahan Merek

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *variety seeking* dan kualitas produk dengan perpindahan merek *smartphone iPhone* ke Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yaitu 58,5% sedangkan sisanya 41,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti salah satunya suasana toko. Persamaan regresi berganda $\hat{Y} = 12,791 + 0,441X_1 + 0,431X_2$. Dari model persamaan regresi berganda di atas dapat diinterpretasikan bahwa, apabila *variety seeking* (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin, maka perpindahan (Y) akan meningkat sebesar 0,441 pada konstanta sebesar 12,791. Sementara itu, apabila kualitas produk (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 poin, maka perpindahan merek (Y) akan meningkat sebesar 0,431 pada konstanta 12,791.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *variety seeking* dan kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perpindahan merek. *Variety seeking* dan kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan dengan perpindahan merek. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, melalui rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel perpindahan merek terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator *brand switcher* dengan sub indikator pembeli yang berpindah merek setidaknya satu kali ketika membuat pilihan merek untuk pembelian dimasa yang akan datang yaitu sebesar 14,70% dan memiliki indikator yang memiliki nilai terendah

yaitu *repeat buyer* dengan sub indikator Pembeli yang membuat pilihan produk yang sama pada waktu sekarang adalah sebesar 13,11%.

Melalui hasil dari pengolahan data, Samsung seharusnya memberikan perhatian khusus pada indikator yang memiliki skor rendah agar dapat dilakukan perbaikan-perbaikan untuk kedepannya. Seperti indikator yang terdapat pada variabel perpindahan merek yaitu indikator *repeat buyer* dengan sub indikator pembeli yang membuat pilihan produk yang sama pada waktu sekarang. Lalu, variabel kualitas produk dengan dimensi terendahnya *reability* (handal) dengan indikator menjalankan fungsi *smartphone* sesuai yang diharapkan dan untuk variabel *variety seeking* indikator terendahnya adalah mencoba hal unik atau eksklusivitas. Selain itu juga, Samsung harus mampu mempertahankan indikator yang memiliki skor tertinggi, sehingga perpindahan merek dapat terjadi dari perusahaan pesaing ke Samsung.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat serta berguna dalam meningkatkan perpindahan merek *smartphone iPhone* ke Samsung, saran tersebut antara lain:

1. Samsung sebagai salah satu perusahaan produsen *smartphone* harus mampu menciptakan dan memberikan berbagai hal yang unik serta eksklusif pada produk *smartphone* yang akan dipasarkan dikemudian hari apabila tidak ingin melihat para konsumennya melakukan perpindahan merek ke merek pesaing.

2. Samsung yang menjadi perusahaan produsen smartphone diharapkan dapat meningkatkan kemudahan dalam sistem pengoperasian pada produk smartphone yang akan mereka pasarkan agar mampu mengurungkan niat para konsumen dalam melakukan perpindahan merek ke merek pesaing yang lebih memiliki kemudahan dalam mengoperasikan smartphone.
3. Dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini terdapat variabel terendah dari masing-masing variabel, variabel variety seeking dengan indikator terendahnya yaitu mencoba hal unik dan eksklusifitas dengan angka sebesar 30,64% dan variabel kualitas produk dengan indikator kemudahan sebesar 13,80% yang artinya masih terdapat kekurangan pada smartphone yang dipasarkan oleh Samsung dan harus segera diperbaiki guna meningkatkan jumlah pembeli yang membuat pilihan produk yang sama pada waktu yang lalu, waktu sekarang dan untuk masa yang akan datang (*repeat buyer*)