

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

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

1. Terdapat pengaruh yang positif antara ketidakpuasan terhadap perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain. Koefisien  $X_1$  bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara ketidakpuasan terhadap perpindahan merek. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat ketidakpuasan maka semakin meningkat pula perpindahan merek. Perpindahan merek ditentukan oleh ketidakpuasan sebesar 10,2% sedangkan 89,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain. Koefisien  $X_2$  bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat kebutuhan mencari variasi maka semakin meningkat pula perpindahan merek. Perpindahan merek ditentukan oleh kebutuhan mencari variasi sebesar 8,0% sedangkan 92,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Terdapat pengaruh yang positif antara atribut produk terhadap perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain. Koefisien  $X_3$

bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara atribut produk terhadap perpindahan merek. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat atribut produk maka semakin meningkat pula perpindahan merek. Perpindahan merek ditentukan oleh atribut produk sebesar 11,4% sedangkan 88,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. Terdapat pengaruh yang positif antara ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk terhadap perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain. Persamaan regresi  $\hat{Y} = 0,102 + 0,200 X_1 + 0,209 X_2 + 0,224 X_3$ . Koefisien ketidakpuasan ( $X_1$ ), kebutuhan mencari variasi ( $X_2$ ) dan atribut produk ( $X_3$ ) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk terhadap perpindahan merek. Ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk untuk menjelaskan perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain secara simultan yaitu 19,8% sedangkan 80,2% yang tidak diteliti.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perpindahan merek. Ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata – rata hitung skor masing – masing indikator dari variabel ketidakpuasan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator rasa kecewa setelah mengenakan produk sebesar 25,53% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator *purchase dissatisfaction* sebesar 24,30%. Variabel kebutuhan mencari variasi terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator mencari merek lain sebesar 33,47% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator rasa bosan sebesar 33,21%. Terakhir variabel atribut produk terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator layanan pelengkap dengan sub indikator memori internal sebesar 14,47% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator merek dengan sub indikator nama sebesar 13,97%.

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 Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain 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* *Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain antara lain:

1. Bagi pihak ASUS harus memperhatikan segala aspek-aspek dalam memproduksi *smartphone* *ASUS* agar konsumen merasa puas membeli *smartphone* *ASUS* dan tidak terjadi perpindahan merek *smartphone* *ASUS* ke *smartphone* merek lainnya. Dengan cara pihak ASUS harus selalu ingat bahwasanya *After sales* menjadi salah satu poin terpenting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga pihak ASUS sebaiknya memperbaiki pelayanan *after sales* agar dapat memberikan efek jangka waktu yang panjang dalam membangun hubungan baik dengan konsumen.
2. Bagi pihak ASUS perlunya kepekaan dari pihak ASUS dalam mengamati keinginan konsumennya. Salah satunya dengan menambah fitur *software* atau aplikasi yang hanya dimiliki pengguna *Zenfone* agar tidak adanya rasa bosan yang dirasakan penggunanya.
3. Saran terakhir untuk pihak ASUS perlunya perubahan atau variasi dalam pemberian nama tipe *smartphone* *ASUS* agar konsumen tidak merasa bosan dengan penyebutan kata *Zenfone* yang sedikit varian tipe nya.