

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data yang diperoleh menggunakan alat analisis *SmartPLS* tentang Pengaruh *Brand Ambassador*, *Promotion*, dan *Variety Seeking* terhadap *Brand Switching* pada *online marketplace* Tokopedia, penulis dapat memberikan beberapa simpulan bahwa variabel *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Switching*. *Brand Ambassador* Tokopedia yang sudah dikenal oleh kalangan masyarakat dengan reputasinya yang baik, mampu untuk menyampaikan pesan dengan baik dan berpenampilan menarik membuat konsumen tertarik sehingga memutuskan untuk melakukan perpindahan merek.

Selanjutnya, pada variabel *Promotion* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Switching*. Promosi yang dilakukan Tokopedia seperti memberikan bonus berupa cashback maupun discount yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan perpindahan merek dari e-commerce lain ke Tokopedia, selain itu promosi berupa iklan di televisi maupun sosial media yang memudahkan masyarakat untuk mengetahui informasi terbaru seputar layanan Tokopedia. Tentu saja hal ini berdampak baik bagi Tokopedia karena berpindahnya konsumen dari e-commerce lain ke Tokopedia sehingga bisa meningkatkan jumlah pengguna Tokopedia.

Lalu, pada variabel *Variety Seeking* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Switching*. *Variety Seeking* membuat konsumen melakukan perpindahan merek dari e-commerce lain ke Tokopedia, hal ini dapat disebabkan dari perilaku konsumen yang berdasarkan pada kegiatan untuk mencari rasa puas yang dipunya pada tiap individu. Tentu saja sikap ini bisa menciptakan pengaruh terhadap pelanggan untuk melakukan perpindahan merek.

V.2 Saran

Ditinjau dari hasil penelitian ini, peneliti juga memberikan beberapa saran yang bertujuan untuk evaluasi baik untuk perusahaan maupun peneliti selanjutnya, diantaranya ialah:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Diharapkan Tokopedia untuk selalu bisa untuk menjaga konsistensi dalam pemilihan *Brand Ambassador* karena *Brand Ambassador* merupakan salah satu daya Tarik utama masyarakat yang menjadikan masyarakat memilih Tokopedia dibanding e-commerce lain.
 - b. Penulis menyarankan kepada Tokopedia untuk memaksimalkan performa aplikasi, sehingga dapat memberikan notifikasi pada smartphone pengguna apabila terdapat informasi terupdate seputar promosi.
 - c. Diharapkan Tokopedia selalu mengeluarkan inovasi baru untuk kedepannya karena hal itulah yang dapat menarik konsumen untuk melakukan perpindahan merek

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis menyarankan untuk menggunakan variabel yang lebih bervariasi dan terbaru, agar topik seputar *Brand Switching* pun dapat berkembang dengan seiring perkembangannya zaman. Apabila peneliti berikutnya ingin menggunakan variabel yang sejenis dengan penelitian ini, akan lebih baik jika peneliti bisa memperhatikan indikator pada tiap variabel dengan menyesuaikan pada obyek penelitian.