

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) mengenai Pengaruh Citra Merek, Gethok Tular Dan Iklan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek *Smartphone* Samsung Ke Oppo Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Upn “Veteran” Jakarta, maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Citra merek memberikan pengaruh terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone* samsung ke oppo. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan meningkatnya citra merek *smartphone*, terutama yaitu karena bentuk yang dimiliki Oppo lebih *elegant* daripada Samsung dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan perpindahan merek. Sehingga hasil untuk variabel citra merek sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat.
- b. Gethok tular tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan perpindahan merek *smartphone* samsung ke oppo. Hal ini dapat dijelaskan karena karakteristik usia responden dalam penelitian ini yang telah memasuki tahap usia yang sudah lebih bijaksana dan lebih mampu membuat keputusannya sendiri, sehingga dalam pengambilan keputusannya tidak mudah dipengaruhi oleh orang lain. Sehingga hasil untuk variabel gethok tular tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat.
- c. Iklan memberikan pengaruh terhadap Keputusan Perpindahan Merek *Smartphone* Samsung Ke Oppo. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin sering dan menarik iklan yang ditampilkan Oppo di Tv dan berbagai media lainnya, terutama yaitu karena iklan yang ditampilkan dapat membuat konsumen percaya akan keistimewaan produk yang dimilikinya dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan perpindahan merek. Sehingga hasil untuk variabel iklan sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat.

V.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada perusahaan terkait dan bagi peneliti selanjutnya yaitu:

- a. Pada variabel citra merek, peneliti menyarankan perusahaan Oppo mempertahankan bentuk elegant yang dimilikinya dan memperbaiki proteksi keamanannya dalam upaya meningkatkan perpindahan merek lain ke merek Oppo.
- b. Pada variabel iklan, peneliti menyarankan perusahaan Oppo mempertahankan tampilan iklan yang sudah dapat meyakinkan konsumen dan memperbaiki rancangan dan tampilan iklannya agar mudah diingat dalam upaya meningkatkan perpindahan merek lain ke merek Oppo.
- c. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan ukuran sampel yang lebih banyak dan wilayah penelitian yang lebih luas sehingga hasil penelitian bisa digeneralisasi secara lebih luas lagi.
- d. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel independen lain di luar variabel independen yang sudah digunakan dalam penelitian ini, mengingat dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa masih terdapat 24,6% pengaruh dari variabel lain diluar dari variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan perpindahan merek.