

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Analisis Perilaku Perpindahan Merek Smartphone (Studi Pengguna Samsung di Pisangan, Ciputat Timur), maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut produk berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone*, artinya, atribut produk yang terdapat di produk *smartphone* mempengaruhi perilaku perpindahan merek pada pengguna samsung di Pisangan, Ciputat Timur.
2. Harga berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone*, artinya, kebijakan harga yang dikeluarkan oleh perusahaan *smartphone* samsung tidak berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek.
3. Iklan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone*, artinya, setiap peningkatan penayangan iklan *smartphone* dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan perpindahan merek.

#### **V.2 Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Perilaku perpindahan merek merupakan salah satu penyebab yang dapat menurunkan penjualan dan pendapatan suatu perusahaan, maka untuk mengurangi atau menghindari perpindahan merek perusahaan Samsung perlu menetapkan strategi produk dalam melakukan inovasi terhadap atribut produk yang mudah digunakan, bermanfaat dan berkualitas sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan penjualan, seperti reputasi merek samsung lebih ditingkatkan agar dapat dipercaya masyarakat (konsumen).
2. Perusahaan Samsung sebaiknya dalam melakukan penetapan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh konsumen serta harga tersebut sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diberikan *smartphone*. Selain itu, strategi Samsung untuk menarik para calon pembeli dengan memberikan diskon yang menarik.
3. Iklan memiliki pengaruh yang dominan terhadap perpindahan merek dan menjadi faktor penentu konsumen dalam melakukan perpindahan merek. Maka dari itu, strategi Samsung yang perlu diperbaiki yaitu dalam pembuatan iklannya harus lebih menarik supaya para calon pembeli ingin melakukan perpindahan merek.
4. Perusahaan Samsung sebaiknya dalam penetapan strategi produk, penetapan harga, dan dalam pembuatan iklan agar lebih menarik supaya konsumen tidak merasa kecewa dengan Samsung sehingga tidak melakukan perpindahan merek.
5. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel perpindahan merek secara lebih mendalam untuk menambahkan kesempurnaan penelitian dalam bidang perpindahan merek *smartphone*.