

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari serangkaian penelitian serta uji hipotesis melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai perpindahan merek *smartphone* (studi pada pengguna *smartphone* Lenovo), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel iklan memberikan kontribusi terhadap perpindahan merek. Artinya semakin menarik iklan yang dimiliki Lenovo, maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan perpindahan merek ke Lenovo.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kebutuhan mencari variasi memberikan kontribusi terhadap perpindahan merek. Artinya semakin tinggi kebutuhan mencari variasi, maka akan semakin tinggi kemungkinan seseorang untuk melakukan perpindahan merek ke Lenovo.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Peneliti menyarankan agar perusahaan lebih menekankan pada variasi produk untuk lebih ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen tidak akan mencari variasi produk pada merek lain.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan berpindah merek agar hasilnya lebih maksimal.