

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada atribut produk, iklan dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek pengguna kartu seluler ke kartu XL di Bekasi, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari hasil analisis membuktikan bahwa variabel atribut produk berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.
- b. Dari hasil analisis membuktikan bahwa variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.
- c. Dari hasil analisis membuktikan bahwa variabel kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.

V.2 Saran

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh atribut produk, iklan dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek pengguna kartu seluler ke kartu XL di Bekasi di Mangunjaya, Tambun-Bekasi, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Guna menghindari perpindahan merek, maka perusahaan mengembangkan strategi pemasaran melalui langkah-langkah sebagai berikut:
 - 1) Terus-menerus melakukan inovasi terhadap atribut produk, iklan dan kebutuhan mencari variasi karena teknologi selalu berkembang dan tuntutan konsumen yang semakin tinggi.
- b. Perusahaan harus menciptakan citra merek terhadap kartu seluler XL. Hal ini dilakukan sebagai upaya membangun merek yang kuat. Melalui citra merek yang kuat perusahaan dapat memuaskan pelanggan dan meminimalisir pelanggan untuk berpindah merek di luar kartu seluler XL, seperti Telkomsel dan IM3 contohnya.

- c. Bagi penelitian yang akan datang perumelakukan kajian tentang atribut produk, iklan dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merekke kartu XL.

