

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berpindah ke *Smartphone* Merek Samsung, dapat disimpulkan bahwa:

1.1.1. Berdasarkan hasil perhitungan variabel Atribut Produk dapat memberi gambaran bahwa *Smartphone* Samsung mempunyai Atribut Produk yang cukup memikat konsumennya untuk berpindah merek. Atribut Produk *Smartphone* Samsung memiliki sistem operasi yang canggih, fitur, serta bentuk dan desain yang lebih menarik, hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik Atribut Produk yang diberikan oleh *Smartphone* merek Samsung maka keputusan konsumen untuk berpindah merek semakin tinggi. Sehingga terbukti, secara parsial variabel Atribut Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan Konsumen Berpindah ke *Smartphone* Merek Samsung

1.1.2. Keputusan Konsumen dalam berpindah ke *Smartphone* merek Samsung dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk. Dari penelitian yang telah dilakukan Kualitas Produk baik dari kualitas perangkat maupun kualitas perangkat lunak yang dimiliki oleh *Smartphone* merek Samsung memiliki kelebihan dibandingkan dengan telepon seluler lain dimana hal ini dibuktikan oleh jawaban responden terhadap item pernyataan yang

mayoritas menjawab setuju. *Smartphone* Samsung memiliki kualitas tinggi seperti kinerja yang handal, tidak mudah rusak, kompatibel dengan produk lain, dan memberikan gambar yang berkualitas sehingga memberi pengaruh kepada konsumen untuk membuat keputusan berpindah ke *Smartphone* merek Samsung. Terbukti secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan Konsumen Berpindah ke *Smartphone* Merek Samsung

1.1.3. Keputusan konsumen dalam berpindah ke *Smartphone* merek Samsung dipengaruhi oleh variabel Citra Merek. Citra merek yang telah diciptakan oleh *Smartphone* Samsung memberikan nilai lebih dimata konsumen sehingga *Smartphone* merek Samsung sangat dikenal oleh konsumen,hal ini memberikan pengaruh kepada konsumen untuk membuat keputusan berpindah ke *Smartphone* merek Samsung. Terbukti secara parsial variabel Citra Merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan Konsumen Berpindah ke *Smartphone* Merek Samsung

1.1.4. Keputusan Konsumen dalam berpindah ke *Smartphone* merek Samsung dipengaruhi oleh variabel *Word of Mouth*. Indikator yang paling berpengaruh dalam variabel *Word of Mouth* adalah menceritakan hal positif. Menceritakan hal positif dianggap sangat penting oleh konsumen karena hal positif tersebut merupakan sebuah bukti nyata tentang kelebihan *Smartphone* Samsung yang telah dimiliki oleh responden dan menjadi sebuah pertimbangan bagi pengguna selanjutnya untuk membuat keputusan berpindah merek ke *Smartphone* merek Samsung. Terbukti

secara parsial variabel *Word of Mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan Konsumen Berpindah ke *Smartphone* Merek Samsung

1.1.5. Keputusan Konsumen dalam berpindah ke *Smartphone* merek Samsung dipengaruhi oleh variabel kebutuhan mencari variasi. Hal ini dijelaskan bahwa keputusan perpindahan merek yang dilakukan konsumen tergantung pada pencarian variasi produk seperti adanya rasa bosan terhadap merek sebelumnya, perasaan jenuh dengan produk yang selama ini digunakan, keinginan untuk menoba produk baru dan keinginan untuk memiliki *Smartphone* Samsung yang dirasa memiliki kelebihan dibandingkan merek sebelumnya. Terbukti secara parsial variabel Kebutuhan Mencari Variasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan Konsumen Berpindah ke *Smartphone* Merek Samsung

Citra Merek adalah variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen Berpindah Merek . Hal ini ini dibuktikan dari hasil analisis regresi dimana nilai koefisien regresi tertinggi ($r = 0.515$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,002$). Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan pengolahan data dengan *software* SPSS versi 20.0 maka dapat dikatakan bahwa Pengaruh Citra Merek mempunyai korelasi positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen Berpindah Ke *Smartphone* Merek Samsung .

1.2. Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Faktor-faktor Atribut Produk, Kualitas Produk, *Word of Mouth* dan Kebutuhan mencari variasi mempengaruhi Keputusan Konsumen Berpindah ke Smartphone Merek Samsung. Berdasarkan jawaban responden dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa Atribut Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, *Word of Mouth* dan Kebutuhan Mencari Variasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan Konsumen berpindah ke *Smartphone* Merek Samsung.

Sehubungan dengan signifikannya pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan konsumen untuk berpindah ke merek Samsung, maka situasi ini dapat ditindak lanjuti oleh perusahaan dengan menyusun kebijakan-kebijakan yang menghasilkan efek *Word of Mouth* yang lebih tinggi misalnya mengembangkan loyalty program dengan memberikan diskon belanja pada kafe, salon atau butik bagi konsumen yang memiliki *Smartphone* Samsung versi terbaru dan memberikan voucher pulsa gratis pada pelanggan Samsung yang berulang tahun. Selain itu penyelenggaraan dapat merencanakan event yang unik oleh Samsung seperti jalan santai, temu ramah dengan selebriti, costumer gathering, pemilihan putri Samsung dan lain sebagainya. Hal tersebut tentunya dapat meningkatkan efek *Word of Mouth* terhadap merek Samsung.

Penelitian ini juga mengemukakan bahwa kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berpindah merek. Hal ini berarti bahwa konsumen mencoba menggunakan merek lain untuk menghilangkan kebosanan pada merek yang sudah digunakan, untuk mengurangi kebosanan

konsumen Samsung dapat mengeluarkan produk-produk *Smartphone* yang inovatif dengan pilihan yang lebih bervariasi secara regular.

Oleh karena itu diharapkan *Smartphone* Merek Samsung mempertahankan serta meningkatkan Atribut Produk, Kualitas Produk, Citra Merek dan *Word of Mouth* sehingga calon konsumen Samsung semakin merasa tertarik untuk menggunakan *Smartphone* Samsung, yang pada akhirnya mendorong mereka membuat keputusan untuk berpindah ke merek Samsung.

1.3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari, hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan, oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti-peneliti yang akan datang, dimana kelemahan-kelemahan yang peneliti temui antara lain :

1. Penyebaran dan Pengambilan data melalui kuisisioner mempunyai kelemahan yang menimbulkan pembiasan *perceptual*, yaitu perbedaan seseorang dalam memandang sesuatu, sehingga peneliti tidak dapat mengendalikan jawaban dari masing-masing responden.
2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan atau tidak mengikutsertakan beberapa variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi variabel keputusan Konsumen berpindah merek diluar variabel yang peneliti teliti.

1.4. Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk Akademisi :

- a. Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk dapat menggunakan sampel yang jumlahnya jauh lebih besar, sehingga lebih representatif dari yang peneliti gunakan saat ini, agar hasil yang diperoleh lebih mampu mewakili jumlah konsumen mengambil Keputusan untuk Bepindah ke *Smartphone* Merek Samsung serta dapat menghasilkan temuan yang lebih kompleks.
- b. Kedepan diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk dapat lebih mengembangkan dan mempertajam materi penelitian ini, salah satunya dengan memperhitungkan dan mengikutsertakan beberapa variabel lain yang tidak di teliti pada penelitian ini yang memiliki potensi dapat mempengaruhi variabel keputusan memilih atau pun pada variabel penelitian lainnya.

2. Untuk *Smartphone* Samsung :

Walaupun tanggapan responden terhadap semua variabel tergolong positif, hendaknya dipertahankan dan lebih ditingkatkan. disamping itu Samsung bias mengadakan event-event yang berhubungan dengan pemasaran produk guna meningkatkan pemasaran word of mouth seperti acara lomba-lomba yang disponsori oleh *Smartphone* Smasung. *Smartphone* Samsung juga bisa membuat

inovasi terbaru seperti Smartphone tahan banting atau tahan air agar mencegah faktor-faktor kerusakan umum yang akan timbul pada *Smartphone* dan mempromosikannya pada saat event-event dilaksanakan.

