

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh atribut produk, ketidakpuasan konsumen dan mencari variasi terhadap variabel perilaku perpindahan merek *smartphone* maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone*.
2. Ketidakpuasan konsumen tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone*.
3. Mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone*.
4. Atribut produk, ketidakpuasan konsumen dan mencari variasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku perpindahan merek *smartphone*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya atribut produk pada *smartphone* diperhatikan dan ditingkatkan. Misalnya pada desain produk dan kelengkapan produk. Cara lain untuk menambah nilai bagi konsumen adalah melalui desain atau rancangan produk yang berbeda dari yang lain. Desain yang baik akan membuat konsumen tertarik terhadap suatu produk. Desain juga bisa memberikan suatu ciri khas terhadap produk agar berbeda dari produk lainnya.
2. Sebaiknya ketidakpuasan konsumen pada *smartphone* penting sekali untuk diperhatikan seperti persepsi konsumen yang tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan beralih ke produk lain. Hal ini akan menyebabkan perilaku perpindahan merek semakin meningkat.
3. Sebaiknya mencari variasi pada *smartphone* sebaiknya lebih meningkatkan fitur produk yang lengkap akan membuat konsumen tertarik dan melakukan suatu perbandingan dengan produk yang lainnya sebelum melakukan keputusan pembelian ataupun melakukan perpindahan merek agar harapan konsumen terpenuhi.

4. Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada perilaku perpindahan merek *smartphone* pada kalangan masyarakat, penulis berharap untuk dapat mengembangkan dan menambah variabel yang akan dilibatkan dalam penelitian guna memberikan dampak yang positif bagi instansi atau konsumen serta bagi dunia pendidikan.