

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.2 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Ketidakpuasan Konsumen *smartphone* merek lain di Megacell Pajajaran Bandung termasuk dalam kategori “Tidak Puas” artinya ketidakpuasan konsumen pada *smartphone* sebelumnya memiliki pengaruh positif terhadap perilaku perpindahan merek. Persentase tertinggi terdapat pada indikator ketidakpuasan secara keseluruhan sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator perbandingan yang tidak ideal.
2. Dari hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Kebutuhan Mencari Variasi pada konsumen di Megacell Pajajaran Bandung termasuk dalam kategori “Butuh” artinya kebutuhan mencari variasi memiliki pengaruh positif terhadap perilaku perpindahan merek. Persentase tertinggi terdapat pada indikator kesadaran akan kebutuhan variatif sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator mencoba hal yang baru.

3. Dari hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Perilaku Perpindahan Merek pada konsumen *smartphone* Oppo di Megacell Pajajaran Bandung dalam kategori “Tinggi” artinya responden yang memiliki keinginan untuk melakukan perpindahan merek ke *smartphone* Oppo yang positif. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Ketidakpuasan yang berdampak pada keinginan untuk beralih sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator pemilihan merek baru.

4. Hasil penelitian verifikatif menunjukkan bahwa:

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Ketidakpuasan Konsumen pada *smartphone* merek lain memberikan dampak positif dan signifikan terhadap Perilaku Perpindahan Merek.

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Kebutuhan Mencari Variasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Perpindahan Merek.

Dari pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang kuat antara variabel Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perilaku Perpindahan Merek. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Perpindahan Merek ke *smartphone* Oppo pada konsumen Megacell Pajajaran Bandung, sebagai berikut:

1. Pada Ketidakpuasan Konsumen, konsumen Megacell Pajajaran Bandung untuk dapat lebih mempertimbangkan dalam pembelian *smartphone* dengan mencari informasi sedetail mungkin agar tidak terjadinya ketidakpuasan terhadap *smartphone* yang digunakan.
2. Pada Kebutuhan Mencari Variasi, konsumen Megacell Pajajaran Bandung disarankan untuk menilai secara keseluruhan agar tidak timbul rasa bosan atau kecewa dan membeli *smartphone* sesuai dengan kebutuhan.
3. Pada Perilaku Perpindahan Merek, disarankan agar konsumen ketika membeli *smartphone* tidak melihat dari citra negara asal yaitu china tetapi lebih melihat kepada kualitas yang memang dimiliki oleh *smartphone* Oppo dan membeli sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.
4. Perlu diadakan penelitian lebih lanjut tentang variabel yang berhubungan dengan Perilaku Perpindahan Merek ke *smartphone* Oppo. Dengan dilibatkannya variabel yang lain agar menambah referensi dan penelitian variabel-variabel ini lebih sempurna.