

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Kesimpulan

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi, dan iklan pesaing memiliki pengaruh simultan atau bersama-sama positif signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi, dan iklan pesaing maka akan semakin tinggi pula tingkat keinginan konsumen dalam berpindah merek.
2. Hipotesis 2 menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen mempunyai pengaruh terhadap perpindahan merek. Hal ini mengindikasikan kualitas produk yang rendah merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan perpindahan merek kartu prabayar IM3 ke kartu prabayar merek lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi ketidakpuasan konsumen maka semakin tinggi keputusan perpindahan merek.
3. Hipotesis 3 menunjukkan bahwa variabel kebutuhan mencari variasi mempunyai pengaruh terhadap perpindahan merek. Hal ini dikarenakan konsumen dihadapkan dengan berbagai macam variasi produk dengan berbagai jenis merek, keadaan ini dapat mempengaruhi

konsumen untuk mencoba-coba berbagai macam produk dan merek sehingga konsumen tidak akan sepenuhnya setia akan suatu produk. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kebutuhan mencari variasi produk maka semakin tinggi keputusan perpindahan merek.

4. Hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel iklan pesaing mempunyai pengaruh terhadap perpindahan merek. Hal ini dikarenakan iklan produk IM3 kurang inovatif dan iklan IM3 tidak memberikan penawaran yang menarik misalnya seperti model iklan artis-artis terkenal yang memiliki banyak penggemar dan desain iklan yang kurang menarik, tentu saja itu dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan perpindahan merek

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka diajukan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Indosat untuk lebih meningkatkan pelayanan dan kualitas dari produk IM3 seperti kualitas jaringan, inovasi produk, dan periklanan harus lebih di tingkatkan. Lakukan perubahan pada jaringan agar lebih diperluas jangkauan hingga di daerah-daerah terpencil agar konsumen lebih puas.

2. Bagi perusahaan inovasi produk sangat diperlukan agar konsumen tidak merasa jenuh seperti menambah hal-hal menarik yang membuat konsumen ingin tetap bertahan menggunakan produk IM3. Periklanan harus didesain lebih menarik seperti menggunakan model-model terkenal dan skenario iklan dibuat agar konsumen sangat mudah untuk diingat dipikiran para konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menguji dan menganalisis faktor lain yang dapat mempengaruhi perpindahan merek. Dengan demikian dapat memberikan hal yang baru untuk memperluas variabel yang berpengaruh terhadap perpindahan merek. Untuk mengetahui hasil yang lebih bagus diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa menentukan sampel lebih banyak dan subyek yang lebih luas seperti di kota atau daerah agar hasil penelitian lebih baik.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa keterbatasan penelitian. Antara lain adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan untuk memprediksi perpindahan merek dalam penelitian ini hanya menggunakan ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi, dan iklan pesaing. Masih banyak faktor yang dapat memprediksi perpindahan merek

2. Subyek yang digunakan pada penelitian ini masih pada lingkup kecil sekitar Universitas Muhammadiyah Yogyakarta diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas jangkuan responden ke kota Yogyakarta.