

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek dari Produk Kecantikan Implora Ke Merek Lain. (Survey pada Konsumen Produk Kecantikan Implora)”. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ketidakpuasan Konsumen dan Mencari Variasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perpindahan Merek. Artinya, bahwa Ketidakpuasan Konsumen dan mencari variasi yang tinggi juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen untuk melakukan perpindahan merek.
2. Ketidakpuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. Artinya, bahwa semakin tinggi rasa ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen maka semakin tinggi Perpindahan merek yang terjadi.
3. Mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek. Artinya, bahwa semakin tinggi keinginan mencari variasi pada konsumen mengakibatkan semakin tinggi perpindahan merek itu terjadi.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari tabulasi angket variabel ketidakpuasan konsumen terdapat nilai terendah pada indikator ke 1, yaitu kinerja produk dimana didalamnya memiliki pernyataan Produk merek implora tidak nyaman saat dipakai dan Produk kecantikan merek Implora tidak memiliki ketahanan pemakaian yang awet sesuai dengan keinginan saya. Hal ini membuktikan bahwa konsumen masih merasakan ketidakpuasan dalam hal kinerja

produk, maka dari itu untuk meningkatkan kinerja produk dari kecantikan merek Implora harus lebih memperhatikan kualitas bahan yang digunakan pada saat memproduksi produknya dan memperbaharui bahan yang sebelumnya menjadi yang lebih baik agar produk Implora bisa memiliki kenyamanan dan ketahanan produk yang sangat memuaskan.

2. Berdasarkan hasil tabulasi angket variabel mencari variasi terdapat nilai terendah pada indikator ke 1, yaitu kejenuhan merek dimana didalamnya memiliki pernyataan saya merasa bosan dengan produk kecantikan merek implora dan Produk kecantikan merek Implora sangat lama dalam berinovasi sehingga membuat saya jenuh dalam pemakaiannya. Hal ini membuktikan bahwa kejenuhan konsumen pada produk kecantikan implora harus lebih diperhatikan lagi, contohnya dalam hal memunculkan ide-ide baru dan dapat mengeluarkan inovasi produk yang lebih menarik perhatian konsumen seperti meningkatkan dalam segi kemasan, kualitas bahan yang digunakan dan memunculkan produk-produk baru dengan jenis yang cukup lengkap.
3. Berdasarkan hasil tabulasi angket variabel perpindahan merek terdapat nilai terendah pada indikator ke 2, yaitu Keinginan untuk mempercepat penghentian hubungan dimana didalamnya memiliki pernyataan saya memutuskan berpindah merek dari produk kecantikan merek Implora ke merek lain karena tidak tertarik lagi dengan produk merek implora dan saya melakukan perpindahan merek karena saya tidak cocok dengan produk kecantikan merek implora. Hal ini membuktikan bahwa konsumen produk kecantikan merek Implora cukup banyak yang melakukan perpindahan merek, maka dari itu untuk menurunkan minat perpindahan merek pihak implora sebaiknya melakukan research kepada konsumen bisa melalui media sosial, seperti melakukan tanya jawab di platform Instagram, tiktok, twitter, dan media sosial lainnya, agar konsumen dapat mengemukakan pendapatnya tentang apa yang mereka butuhkan dan inginkan dari produk kecantikan merek implora ini.