

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap *Brand Switching Behavior*. Berdasarkan uraian dari penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka didapatkan hasil dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara bersama-sama Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga dari merek *smartphone* yang digunakan oleh responden sekarang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Brand Switching Behavior* dari *Smartphone* Samsung yang dulu mereka gunakan.
2. Secara parsial Kualitas Produk dari merek *Smartphone* yang digunakan oleh responden sekarang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Brand Switching Behavior* dari *smartphone* Samsung yang dulu mereka gunakan, artinya apabila konsumen menemukan produk dari merek lain yang memiliki kualitas lebih baik, maka konsumen tersebut akan cenderung pindah ke merek dengan kualitas yang lebih bagus tersebut.
3. Secara parsial Citra Merek dari merek *Smartphone* yang responden gunakan sekarang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Brand Switching Behavior* dari *Smartphone* Samsung yang dulu mereka gunakan, artinya apabila terdapat merek lain dari jenis produk sama yang dapat memberikan citra merek yang lebih baik, maka konsumen akan cenderung berpindah ke merek yang memberikan citra lebih baik tersebut.
4. Secara parsial Persepsi Harga dari merek *Smartphone* yang responden gunakan sekarang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Brand Switching Behavior* dari *Smartphone* Samsung yang dulu mereka gunakan, artinya apabila konsumen mendapati produk dari merek lain yang memiliki kesesuaian yang lebih baik antara harga yang ditawarkan, dengan kualitas yang dijanjikan, dan budget yang dimiliki oleh konsumen tersebut, maka konsumen tersebut akan cenderung berpindah ke merek tersebut.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Bagi Perusahaan

- Perusahaan Samsung dapat mencoba membuat *Smartphone* yang memiliki fungsi seimbang, yang artinya tidak dikhususkan dalam fungsi tertentu, namun memiliki berbagai macam fungsi untuk mendukung setiap kebutuhan dalam kegiatan penggunaannya. Perusahaan Samsung juga bisa mencoba untuk memfokuskan penjualan produk tertentu pada daerah tertentu yang memiliki kebutuhan akan fungsi dari produk yang ada, dikarenakan responden banyak yang mengakui bahwa spesifikasi dari *Smartphone* yang mereka gunakan sebelumnya tidak sesuai dengan spesifikasi yang mereka kurang cocok dengan kebutuhan dan keinginan mereka.
- Perusahaan Samsung dapat mencoba untuk menambahkan keunikan yang lebih mencolok dari segi penampilan produk dan kemasan hingga pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan, untuk memberikan kesan tersendiri yang membedakan Samsung dengan produk *Smartphone* lain, dikarenakan sebagian besar responden mengaku bahwa *Smartphone* yang mereka gunakan sekarang dapat memberikan kepuasan yang lebih, dari segi keunikan dan ciri yang diberikan.
- Perusahaan Samsung dapat mempertimbangkan penawaran harga yang diberikan untuk disesuaikan dengan pendapatan masyarakat, seperti memberikan bonus ataupun diskon pada hari tertentu dan menyediakan layanan khusus, ataupun bonus tersendiri bagi mereka yang selalu menggunakan *Smartphone* Samsung untuk menjaga konsumen mereka, dikarenakan sebagian responden merasa bahwa *Smartphone* yang mereka gunakan sekarang memiliki kesesuaian yang lebih memuaskan antara perbandingan harga yang ditawarkan, dengan kepuasan yang mereka rasakan.

5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian yang dilakukan, dan penelitian yang dilakukan belum sempurna. Dalam penelitian ini digunakan variabel Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga untuk mengukur Variabel *Brand Switching Behavior*, Maka dari itu diharapkan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya tentang variabel *Brand Switching Behavior* ini untuk mempertimbangkan dalam menambahkan variabel lain selain semua variabel tersebut untuk menyempurnakan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.