

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang dilakukan dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistic 25, mengenai “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Keinginan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek Produk Sabun Pembersih Wajah Merek Biore ke Merek Pond’s”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Ketidakpuasan Konsumen dan Keinginan Mencari Variasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perpindahan Merek. Artinya konsumen yang tidak puas dan juga memiliki dorongan untuk mencari variasi lebih cenderung untuk meninggalkan merek Biore dan mencoba merek Pond’s.
2. Ketidakpuasan Konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perpindahan Merek. Artinya semakin meningkat Ketidakpuasan Konsumen, maka akan semakin meningkat juga Perpindahan Merek pada sabun pembersih wajah Merek Biore ke Merek Pond’s.
3. Keinginan Mencari Variasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perpindahan Merek. Artinya semakin banyaknya variasi produk sabun pembersih wajah terutama sabun pembersih wajah merek Pond’s, maka akan semakin meningkat juga Perpindahan Merek pada sabun pembersih wajah Merek Biore ke Merek Pond’s.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
  - 1) Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden, pernyataan pada variabel Ketidakpuasan Konsumen dengan indikator pengalaman negatif merupakan indikator dengan skor terendah. Untuk itu perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas produk dengan cara meninjau ulang proses produksi dan kualitas produk untuk memastikan bahwa kesalahan yang sama

tidak terjadi kembali, investasikan dalam pengujian kualitas yang ketat untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar tertinggi.

- 2) Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden, item pernyataan pada variabel *Variety Seeking*, indikator rasa bosan merupakan indikator dengan skor terendah. Untuk itu perusahaan harus menciptakan inovasi baru pada produk dengan cara memperbarui produk dengan fitur atau varian yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen untuk mempertahankan minat konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan untuk memperkaya keilmuan terutama mengenai ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking* terhadap perpindahan merek. Namun, disarankan juga untuk dapat melanjutkan penelitian ini menggunakan variabel lain agar dapat meningkatkan hasil yang lebih baik lagi, sehingga peneliti selanjutnya bisa dapat lebih sempurna lagi.