

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang peneliti kemukakan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Switching dari HP Android ke iPhone. Artinya, semakin tinggi persepsi Generasi Z di Jawa Barat terhadap kualitas iPhone dibandingkan HP Android, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan perpindahan merek (brand switching) dari HP Android ke iPhone.
2. *Consumer Dissatisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Switching dari HP Android ke iPhone. Artinya, semakin tinggi tingkat ketidakpuasan Generasi Z terhadap penggunaan HP Android sebelumnya, maka semakin tinggi pula keinginan mereka untuk beralih ke iPhone.
3. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Switching dari HP Android ke iPhone. Artinya, semakin kuat gaya hidup konsumtif, fashionable, dan modern pada Generasi Z, maka semakin besar dorongan mereka untuk berpindah dari HP Android ke iPhone, yang dinilai lebih sesuai dengan citra diri dan status sosial mereka.
4. *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Switching dari HP Android ke iPhone. Artinya, semakin tinggi kepercayaan Generasi Z terhadap merek iPhone, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk meninggalkan HP Android dan memilih iPhone.
5. *Brand Trust* mampu memediasi pengaruh *Perceived Quality* terhadap Brand Switching dari HP Android ke iPhone. Artinya, persepsi kualitas iPhone yang tinggi mendorong peningkatan kepercayaan terhadap merek iPhone, dan kepercayaan ini berperan penting dalam mendorong Generasi Z untuk melakukan brand switching dari HP Android ke iPhone.
6. *Brand Trust* mampu memediasi pengaruh *Consumer Dissatisfaction* terhadap Brand Switching dari HP Android ke iPhone. Artinya,

ketidakpuasan terhadap HP Android sebelumnya mendorong Generasi Z untuk mencari alternatif yang lebih dipercaya, dan kepercayaan terhadap iPhone inilah yang memperkuat keputusan mereka untuk berpindah merek.

7. *Brand Trust* mampu memediasi pengaruh Lifestyle terhadap Brand Switching dari HP Android ke iPhone. Artinya, gaya hidup Generasi Z yang mengarah pada citra modern dan premium meningkatkan kepercayaan mereka terhadap brand iPhone, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan untuk meninggalkan HP Android dan beralih ke iPhone.
8. *Social Media Influence* dapat memoderasi pengaruh Brand Trust terhadap Brand Switching dari HP Android ke iPhone. Artinya, pengaruh media sosial seperti Instagram, TikTok, atau YouTube memperkuat hubungan antara kepercayaan terhadap iPhone dengan keputusan untuk berpindah dari HP Android. Semakin tinggi pengaruh media sosial, maka semakin kuat pula pengaruh brand trust terhadap brand switching.

5.2 Saran

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

1. *Perceived Quality*

Produsen smartphone Android perlu meningkatkan persepsi kualitas produk di mata Gen Z, khususnya dalam hal performa sistem, daya tahan baterai, keamanan data, dan kemampuan multitasking. Strategi komunikasi produk harus difokuskan pada keunggulan-keunggulan teknis yang nyata dan user experience yang konsisten. Selain itu, penguatan citra merek melalui kampanye digital, konten edukatif, dan testimoni positif dari pengguna Android yang puas dapat membantu membentuk persepsi kualitas yang lebih baik dan mengurangi kecenderungan untuk berpindah ke iPhone.

2. *Consumer Dissatisfaction*

Ketidakpuasan pengguna menjadi faktor signifikan dalam keputusan berpindah ke iPhone. Oleh karena itu, produsen Android harus secara aktif mengidentifikasi dan memperbaiki keluhan utama seperti bug sistem, performa yang menurun, kamera yang tidak konsisten, dan baterai boros.

Diperlukan inovasi yang lebih relevan dengan ekspektasi Gen Z, seperti update software berkala, peningkatan kualitas kamera, dan sistem antarmuka yang lebih mulus. Respons cepat terhadap keluhan melalui customer service juga menjadi kunci dalam mengurangi brand switching.

3. *Lifestyle*

Gaya hidup Gen Z sangat dipengaruhi oleh tren visual, teknologi mutakhir, dan identitas sosial. Oleh karena itu, brand Android perlu mengubah pendekatan pemasaran dari hanya menonjolkan spesifikasi teknis ke narasi gaya hidup. Kampanye yang menampilkan Android sebagai simbol inovasi, kreativitas, dan produktivitas dapat memperkuat posisi brand di benak Gen Z. Kolaborasi dengan influencer muda, vlogger teknologi, serta komunitas kreatif akan membantu membentuk persepsi bahwa Android juga merepresentasikan gaya hidup modern dan premium.

4. *Brand Trust*

Brand trust menjadi elemen kunci dalam mempertahankan loyalitas pengguna. Produsen Android perlu menunjukkan komitmen pada kualitas, transparansi dalam perlindungan data pribadi, serta layanan purna jual yang profesional dan responsif. Meningkatkan keterlibatan dengan pengguna melalui forum resmi, program loyalitas, serta edukasi fitur keamanan dan inovasi produk akan membangun kepercayaan jangka panjang. Dengan memperkuat brand trust, potensi pengguna Android untuk tetap loyal dan tidak beralih ke iPhone akan meningkat.

5. *Brand Trust sebagai Variabel yang Mempengaruhi Brand Switching*

Untuk mencegah perpindahan merek, brand Android perlu memperkuat peran kepercayaan sebagai penghubung antara kualitas, kepuasan, dan gaya hidup. Konten yang mengangkat pengalaman positif pengguna Android, seperti testimonial jujur, cerita loyalitas, serta komparasi objektif dengan produk lain, dapat meningkatkan persepsi kepercayaan. Semakin tinggi kepercayaan terhadap brand Android, semakin rendah potensi terjadinya brand switching ke iPhone.

6. *Social Media Influence* sebagai Variabel Moderasi

Media sosial terbukti memperkuat hubungan antara brand trust dan keputusan berpindah merek. Oleh karena itu, brand Android perlu memperkuat eksistensinya di platform populer Gen Z seperti TikTok, Instagram, YouTube Shorts, dan X. Strategi konten harus mencakup review jujur dari pengguna setia Android, konten unboxing, fitur eksklusif Android, dan edukasi perbandingan. Keterlibatan aktif dengan komunitas online dan influencer yang mendukung Android akan meningkatkan validasi sosial, membentuk loyalitas digital, dan meminimalisasi brand switching melalui pengaruh lingkungan sosial daring.