

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bagaimana pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan berpindah merek pada produk *smartphone* Samsung ke *smartphone* Blackberry dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk data produk, harga, promosi, dan keputusan berpindah merek memiliki nilai *r*-hitung yang lebih besar dari *r*-tabel. Dengan demikian, maka seluruh item pernyataan untuk kuesioner produk, harga, promosi, dan keputusan berpindah merek sudah valid.
2. Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel penelitian sudah reliabel. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha Based on Standardized Items* lebih besar dari 0,6.
3. Berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen (produk, harga, dan promosi) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan berpindah merek pada pengguna *smartphone*.

4. Berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen (produk, harga, dan promosi) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen yaitu keputusan berpindah merek.
5. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (produk, harga, dan promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berpindah merek.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari simpulan yang didapat dalam penelitian ini, maka adapun saran-saran yang diberikan yaitu:

1. Produsen diharapkan bisa lebih memperhatikan desain-desain produk, kualitas akan produknya dan harus selalu berinovasi akan produknya seiring perkembangan jaman yang terus berkembang ini, agar produknya dapat terus bertahan dalam meraih pangsa pasar. Selain itu produsen juga harus memberikan harga yang sesuai dengan manfaat yang akan diberikan produk tersebut agar konsumen merasakan kepuasan karena dengan menggunakan kualitas produk tersebut memang benar-benar sesuai dengan harga yang diberikan. Dan perusahaan juga harus melakukan promosi dengan intensitas yang tinggi, karena promosi ini merupakan hal yang tidak boleh dilupakan oleh para produsen dalam mempromosikan produknya, karena melalui promosi inilah konsumen bisa mengetahui akan produk *smartphone* ini

2. Dalam penelitian ini hanya terbatas pada produk, harga, dan promosi, sedangkan masih banyak faktor yang mempengaruhi keputusan berpindah merek. Sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengikutsertakan faktor-faktor lain tersebut.
3. Pengumpulan data yang dilakukan hanya terbatas pada 100 responden, peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden yang lebih besar.