

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di bab sebelumnya mengenai Pengaruh Harga, Ketidakpuasan Konsumen dan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone Lain ke Merek Xiaomi di Mahameru PhoneTulungagung, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil pengujian harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone merek lain ke merek Xiaomi di Mahameru Phone Tulungagung. Harga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan perpindahan merek karena harga merek lain yang lebih murah, harga lebih sesuai dengan manfaat dan keinginan konsumen akan meningkatkan keputusan berpindah merek.
2. Hasil pengujian ketidakpuasan konsumen memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone merek lain ke merek Xiaomi di Mahameru Phone Tulungagung. Ketidakpuasan konsumen dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan perpindahan merek karena faktor nilai, manfaat dan keinginan konsumen yang tidak terpenuhi sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan perpindahan merek.

3. Hasil pengujian mencari variasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone merek lain ke merek Xiaomi di Mahameru Phone Tulungagung. Mencari variasi mempengaruhi konsumen untuk melakukan perpindahan merek karena kebosanan konsumen terhadap merek yang digunakan, kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh merek smartphone Xiaomi, serta keinginan konsumen untuk mencoba merek lain dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan berpindah merek
4. Hasil pengujian harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smartphone merek lain ke merek Xiaomi di Mahameru Phone Tulungagung. Hal ini membuktikan bahwa variabel tersebut dapat mempengaruhi secara bersamaan terhadap keputusan perpindahan merek.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran yang mungkin bermanfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembuktian keterikatan teori harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi serta teori perpindahan merek sebagai tindak lanjut dari teori tersebut dapat dibuktikan pada penelitian ini. Dalam hal yang lain penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber

. pengetahuan bagi pelajar maupun mahasiswa lain. Serta diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan atau referensi yang cukup untuk penelitian yang lebih lanjut.

## 2. Bagi Perusahaan

- a. Variabel harga memberikan pengaruh terhadap keputusan perpindahan merek yang dilakukan konsumen. Upaya yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan adalah Xiaomi harus mempertahankan keunggulannya yakni harga yang murah namun memiliki spesifikasi yang unggul di bandingkan dengan kompetitornya. Contoh saja dengan harga 1.5 juta Xiaomi mampu memberikan spesifikasi *smartphone* yang sama dengan para kompetitornya yang menjual *smartphone* tersebut di *range* harga 2-3 juta. Hal ini tentunya membuat apa yang ditawarkan Xiaomi menjadi menarik dan melebihi ekspektasi konsumen jika dibanding dengan kompetitor lain.
- b. Variabel ketidakpuasan konsumen memberi pengaruh terhadap perpindahan merek yang dilakukan konsumen. Upaya yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan adalah Xiaomi sebaiknya memberikan tambahan pada paket *smartphone* merek yakni aksesoris *headset*. Dimana hal ini merupakan aksesoris wajib bagi pengguna *smartphone*. Diharapkan dengan sentuhan kecil ini mampu memberikan kepuasan lebih dan memenuhi harapan konsumen. Selanjutnya Xiaomi sebaiknya melakukan tindakan

pada distributor ilegal yang menjual *smartphonenya*. Karena di Indonesia sangat banyak beredar Xiaomi bergaransi distributor, alias tidak resmi. Hal ini dikhawatirkan akan menciptakan keluhan konsumen dalam menggunakan *smartphone* Xiaomi karena tidak bergaransi resmi

- c. Variabel mencari variasi memberi pengaruh terhadap perpindahan merek yang dilakukan konsumen. Upaya yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan adalah Xiaomi mempertahankan dan menambah aplikasi khusus seperti remote yang mampu menyalakan tv, ac dan alat elektronik lainnya, lalu mi account yang mampu menyimpan data-data user sehingga kita tidak perlu repot memindahkan data nantinya ketika ingin memakai *smartphone* Xiaomi lainnya. Selain kedua aplikasi tersebut sebaiknya Xiaomi juga membuat aplikasi semisal untuk gamers, edit gambar, memo, berita dll dimana aplikasi tersebut terintegrasi dengan mi account, sehingga dengan kemudahan dan kelengkapan yang diberikan Xiaomi, konsumen tidak akan berfikir untuk beralih dan hal ini juga diharapkan mampu untuk menarik konsumen baru.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran. Peneliti menghimbau untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif untuk lebih mengetahui faktor apa saja

yang mempengaruhi seorang konsumen untuk melakukan perpindahan merek. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan dan juga kekurangan, sehingga perlu adanya peneliti selanjutnya yang lebih mendalam.