

BAB V

SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kebutuhan mencari variasi produk, harga produk, dan iklan produk pesaing terhadap perpindahan merek *smartphone*. Berdasarkan hasil dari pengujian setiap variabel dan hasil dari pembahasan, maka disimpulkan hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Kebutuhan mencari variasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek *smartphone*, sehingga hipotesis 1 penelitian ini diterima.
2. Harga produk pesaing berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek *smartphone*, sehingga hipotesis 2 penelitian ini diterima
3. Iklan produk pesaing berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek *smartphone*, sehingga hipotesis 3 penelitian ini diterima.

B. SARAN

Adapun saran dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian yang akan datang diharapkan bisa menambahkan beberapa variabel lain dalam menguji perpindahan merek, sehingga hasil pengujiannya lebih maksimal dan bervariasi.
2. Penelitian yang akan datang juga disarankan untuk memilih sampel yang lebih tepat untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada responden.
3. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk melakukan pengawasan ketika kuesioner disebarkan, sehingga hasil pengembalian kuesioner yang diperoleh bisa maksimal.

C. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Sampel yang digunakan hanya 153 responden yang merupakan mahasiswa/mahasiswi prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang melakukan keputusan perpindahan merek *smartphone*, sehingga hasil penelitian ini tingkat generalisasinya masih rendah.
2. Kuesioner dibuat dengan system tertutup sehingga tidak memungkinkan responden untuk memberikan jawaban lebih luas.