

## **BAB V**

### **SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

#### **A. Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi, dan Iklan Produk Pesaing terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari smartphone Lenovo ke smartphone Xiaomi di Yogyakarta. Berdasarkan hasil yang didapat dari pengujian serta pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi, dan Iklan Produk Pesaing berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Perpindahan Merek, sehingga hipotesis 1 (satu) pada penelitian ini diterima.
2. Persepsi Kualitas Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Perpindahan Merek, sehingga hipotesis 2 (dua) pada penelitian ini ditolak.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Perpindahan Merek, sehingga hipotesis 3 (tiga) pada penelitian ini diterima.
4. Kebutuhan Mencari Variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Perpindahan Merek, sehingga hipotesis 4 (empat) pada penelitian ini diterima.

5. Iklan Produk Pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Perpindahan Merek, sehingga hipotesis 5 (lima) pada penelitian ini diterima.

## **B. Saran**

Adapun saran dari hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian yang akan datang diharapkan untuk menambah variabel lain dalam pengujian keputusan perpindahan merek, dengan begitu hasil penelitian selanjutnya akan lebih maksimal dan juga lebih bervariasi.
2. Penelitian yang akan datang disarankan untuk memilih objek perpindahan yang lain, agar hasil penelitian selanjutnya lebih bervariasi.
3. Penelitian yang akan datang diharapkan untuk mengawasi responden ketika melakukan pengisian kuesioner, dalam artian ketika responden mengalami kebingungan dalam melakukan pengisian kuesionernya, kita bisa memberikan penjelasan serta arahan sehingga hasil penelitiannya bisa lebih maksimal.

## **C. Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah smartphone Lenovo dan smartphone Xiaomi, dan Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan perpindahan merek dari smartphone Lenovo ke smartphone Xiaomi, dikarenakan begitu beragamnya smartphone yang ada pada saat ini menyebabkan

peneliti kesusahan dalam mencari responden yang benar-benar melakukan perpindahan dari smartphone Lenovo ke smartphone Xiaomi.