

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap ketidakpuasan konsumen, hasil ini ditunjukkan dengan nilai R^2 yang didapatkan sebesar 0,169 atau sebesar koefisien determinasi sebesar 16,9%, dimana hal ini yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memberikan kontribusi terhadap pengaruh ketidakpuasan konsumen sebesar 16,9%. Selain itu hasil pengaruh juga ditunjukkan dengan hasil uji t yang lebih kecil dari t tabel, sehingga untuk variabel kualitas produk terhadap ketidakpuasan konsumen memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika kualitas produk mengalami penurunan, maka ketidakpuasan konsumen pada *smartphone* samsung akan mengalami kenaikan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek, hasil ini ditunjukkan dengan nilai R^2 yang didapatkan sebesar 0.232 atau sebesar koefisien determinasi sebesar 23,2%, dimana hal ini yang menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen memberikan kontribusi terhadap pengaruh perpindahan merek sebesar 23,2%. Selain itu hasil pengaruh juga

ditunjukkan dengan hasil uji t lebih besar dari t tabel sehingga untuk variabel ketidakpuasan konsumen terhadap perpindahan merek memiliki pengaruh yang signifikan.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap perpindahan merek, hasil ini ditunjukkan dengan nilai R^2 yang didapatkan sebesar 0.232 atau sebesar koefisien determinasi sebesar 23,2%, dimana hal ini yang menunjukkan bahwa variabel ketidakpuasan konsumen memberikan kontribusi terhadap pengaruh perpindahan merek sebesar 23,2%. Selain itu hasil pengaruh juga ditunjukkan dengan hasil uji t lebih kecil dari t tabel sehingga untuk variabel kualitas produk terhadap perpindahan merek tidak memiliki pengaruh.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk, ketidakpuasan konsumen, dan perpindahan merek hasil ini ditunjukkan dengan nilai R^2 yang didapatkan sebesar 0.232 atau sebesar koefisien determinasi sebesar 23.2%, dimana hal ini yang menunjukkan bahwa hasil pengujian pengaruh kualitas produk (X), ketidakpuasan konsumen (Y), dan perpindahan merek (Z) memberikan kontribusi terhadap pengaruh perpindahan merek sebesar 23.2%. Selain itu hasil uji *sobel test* juga ditunjukkan dengan hasil uji t lebih kecil dari t tabel sehingga variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek melalui ketidakpuasan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Samsung hendaknya harus meningkatkan kualitas produk pada *smartphone* Samsung agar konsumen tidak mudah bosan yang akan menimbulkan ketidakpuasan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh negatif signifikan terhadap ketidakpuasan konsumen.
2. Untuk perusahaan Samsung harus selalu berinovasi untuk menciptakan kualitas *smartphone* yang baik guna meminimalisir ketidakpuasan konsumen yang berdampak pada konsumen akan beralih ke pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ketidakpuasan konsumen berpengaruh terhadap perpindahan merek.
3. Untuk perusahaan Samsung harus selalu menciptakan kualitas produk yang selalu *up to date* pada *smartphone* Samsung agar konsumen tidak mudah bosan dan tidak beralih ke merek lain.
4. Konsumen berpindah merek Samsung bukan karena kualitas produk yang buruk tetapi ada hal lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang membuat konsumen tidak puas dan berpindah merek.