

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut :

1. Keseluruhan variable mempengaruhi secara signifikan dengan persamaan regresi adalah: $Y = 4,064 + 0,181 X_1 + 0,472 X_2 + 0,096 X_3 + e$, yang artinya perilaku perpindahan merek akan bernilai 4,064 apabila harga, ketidakpuasan konsumen, dan kebutuhan mencari variasi bernilai 0. Dari persamaan regresi tersebut didapat koefisien determinasi adalah sebesar 59,7% ($\text{Adjusted } R^2 \times 100\%$) yang berarti bahwa variable harga, ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi mempengaruhi perilaku perpindahan merek konsumen sebesar 59,7% dengan 40,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.
2. Harga berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek kartu seluler Simpati (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan).
Variabel X_1 mempunyai t_{hitung} yakni 1,521 dengan t_{tabel} 1,290. Jadi $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.

3. Ketidakpuasan konsumen berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek kartu seluler Simpati (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan).

Variabel X_2 mempunyai t_{hitung} yakni 4,258 dengan $t_{tabel} = 1,290$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X_2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan ketidakpuasan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.

4. Kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek kartu seluler Simpati (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan).

Variabel X_3 mempunyai t_{hitung} yakni 1,781 dengan $t_{tabel} = 1,290$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X_3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan kebutuhan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku perpindahan merek. Oleh karena itu, Simpati harus mampu menetapkan harga yang mampu bersaing dengan merek lain dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Pihak Simpati juga hendaknya memperhatikan kepuasan konsumen, baik melalui pelayanan yang baik, sinyal yang baik, dan lain sebagainya agar konsumen puas, sehingga pada akhirnya mampu meminimalisir ketidakpuasan konsumen yang dapat menyebabkan konsumen berpindah ke merek lain.
3. Pihak Simpati juga sebaiknya menciptakan variasi-variasi baru pada kartu selulernya baik dari segi bonus, paket telepon, sms, maupun data, sehingga konsumen tidak cepat merasa jenuh dalam menggunakan kartu seluler Simpati.
4. Bagi peneliti berikutnya yang tertarik untuk meneliti tentang pengaruh harga, ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi terhadap perilaku perpindahan merek, sebaiknya menambah variabel lain seperti keterlibatan konsumen, daya tarik pesaing, dan lain-lain, sehingga penelitian berikutnya dapat lebih sempurna.