

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab IV yang telah dianalisis, maka ada beberapa kesimpulan :

1. Terdapat cukup bukti bahwa efektivitas iklan berpengaruh terhadap perpindahan merek.
2. Tidak terdapat cukup bukti bahwa kepuasan atas kualitas berpengaruh terhadap perpindahan merek.
3. Terdapat cukup bukti bahwa kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap perpindahan merek.

#### B. Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian maka ada saran yang dikemukakan penulis, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan :

Berdasarkan hasil penelitian telah dilakukan sebaiknya perusahaan handphone Blackberry selalu mengembangkan produk yang lebih bervariasi yang mempunyai kemampuan yang lebih dibanding merek lain. Perusahaan Blackberry harus lebih fokus pada upaya mempertahankan jumlah pelanggan yang telah ada dengan meminimalkan jumlah pelangganyang hilang, karena biaya untuk



menarik pelanggan baru sangat mahal dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

2. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Dilakukan penelitian lanjutan terutama mengenai loyalitas pengguna handphone Blackberry.
  - b. Menggunakan faktor-faktor lain untuk mengukur variabel perpindahan merek, serta objek dan responden yang lebih luas.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.