

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian tentang ketidak puasan pasca konsumsi, mencari variasi, harga, iklan pesaing dan kualitas produk terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda di Jl.Kol.Sugiono Jepara dengan menggunakan metode analisis regresi adalah sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh Ketidak puasan pasca konsumsi (X1) terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda (Y)**

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa faktor ketidak puasan pasca konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda. Hal ini di buktikan dengan nilai signifikan sebesar 0.012 yang lebih kecil dari nilai alpha yang telah di tetapkan (0.05), sehingga hipotesis pertama diterima. Pengaruh positif tersebut menunjukkan semakin konsumen merasa tidak puas setelah menggunakan pelumas mesin maka konsumen akan melakukan berpindah merek pelumas mesin lainnya. Sebaliknya semakin rendah konsumen yang merasa kurang puas setelah menggunakan pelumas mesin MPX2 standar honda maka akan semakin rendah juga minat konsumen untuk berpindah merek.

## **2. Pengaruh mencari variasi (X2) terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda (Y)**

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa faktor mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda. Hal ini di buktikan dengan nilai signifikan sebesar 0.048 yang lebih kecil dari nilai alpha yang telah di tetapkan (0.05), hal ini di karenakan konsumen dihadapkan dengan berbagai jenis merek, keadaan ini dapat mempengaruhi konsumen untuk mencoba berbagai macam produk sehingga konsumen tidak akan sepenuhnya setia akan suatu produk.

## **3. Pengaruh harga (X3) terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda (Y)**

Hasil pengujian hipotesis ketiga untuk harga menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Hal ini di buktikan dengan nilai signifikan sebesar 0.455 yang lebih kecil dari nilai alpha yang telah di tetapkan (0.05) sehingga hipotesis ketiga untuk harga diterima. Pengaruh positif tersebut menunjukkan semakin tinggi konsumen yang menilai harga pelumas mesin MPX2 standar Honda mahal maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk berpindah merek. Sebaliknya semakin rendah konsumen mendapatkan harga yang di harapkan maka akan semakin rendah minat konsumen untuk berpindah merek.

**4. Pengaruh Iklan pesaing (X4) terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda (Y)**

Hasil pengujian hipotesis keempat untuk Iklan pesaing menunjukkan bahwa iklan pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, Hal ini di buktikan dengan nilai signifikan sebesar 0.027 yang lebih kecil dari nilai alpha yang telah di tetapkan (0.05) sehingga hipotesis keempat untuk iklan pesaing diterima. Pengaruh positif tersebut menunjukkan semakin tinggi konsumen yang menilai iklan pesaing tersebut menarik maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk berpindah merek. Sebaliknya semakin rendah konsumen yang tidak tertarik dengan iklan yang di tayangkan maka akan semakin rendah minat konsumen untuk berpindah merek.

**5. Pengaruh kualitas produk (X5) terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda (Y)**

Hasil pengujian hipotesis kelima untuk kualitas produk menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, Hal ini di buktikan dengan nilai signifikan sebesar 0.009 yang lebih kecil dari nilai alpha yang telah di tetapkan (0.05) sehingga hipotesis kelima untuk kualitas produk diterima. Pengaruh positif tersebut menunjukkan semakin tinggi responden yang menilai kualitas produk maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk berpindah merek. Sebaliknya semakin

rendah responden untuk mendapatkan kualitas yang di harapkan maka akan semakin rendah minat konsumen untuk berpindah merek.

6. **Pengaruh ketidak puasan pasca konsumsi, kebutuhan mencari variasi, harga, iklan pesaing dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perpindahan merek** dengan nilai sebesar  $f$  hitung 4.656 di atas  $f$  table sebesar 2.11. nilai signifikan 0,001

## 1.2. Saran

Berdasarkan penelitian ini, saran yang dapat di berikan kepada Mulyo Motor, selaku penjual produk pelumas mesin oli MPX2 standar Honda :

1. Variabel kualitas merek memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan perpindahan merek. Banyaknya merek-merek baru yang bermunculan membuat konsumen untuk membandingkan kualitas yang nyaman di gunakan sehingga menjadikan konsumen untuk berpindah merek.
2. Variabel mencari variasi memberikan pengaruh yang nyata terhadap keputusan perpindahan merek. Banyaknya merek baru membuat konsumen lebih bebas dan memilih pelumas mesin sehingga konsumen tidak akan sepenuhnya setia akan suatu produk.
3. Variabel harga menunjukkan pengaruh yang nyata terhadap keputusan perpindahan merek, harga pelumas mesin MPX2 standar Honda lebih mahal dari pelumas mesin lain namun harga

tidak sesuai dengan manfaatnya dapat mengakibatkan konsumen berpindah merek lain. Sebaiknya pelumas mesin mpx2 menggunakan harga yang dapat di jangkau konsumen .

#### 4. Penelitian Berikutnya

Bagi penelitian selanjutnya hal yang dapat di jadikan sebagai pertimbangan yaitu di karenakan kemampuan prediksi dari 5 variabel independen terhadap keputusan perpindahan merek sebesar 69.8 % sedangkan sisanya 30.2 % di pengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian yang telah di lakukan peneliti. Maka bagi penelitian selanjutnya di sarankan untuk menggunakan variabel-variabel independen lainnya yang potensal memberikan kontribusi terhadap keputusan perpindahan merek. Untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan responden dan metode yang berbeda untuk melihat perbandingan antara satu metode dengan metode lainnya.