

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Secara simultan variabel atribut produk, harga dan iklan berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek konsumen Viva Cosmetics wilayah Surabaya.
2. Secara parsial variabel atribut produk tidak berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek konsumen Viva Cosmetics wilayah Surabaya.
3. Secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek konsumen Viva Cosmetics wilayah Surabaya.
4. Secara parsial variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek konsumen Viva Cosmetics wilayah Surabaya.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan pandangan baru mengenai variabel atribut produk sebagai variabel bebas dalam penelitian dengan menambahkan indikator-indikator agar hasil penelitian dapat lebih

baik lagi dalam membuktikan hipotesis. Selain itu, diharapkan dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap perpindahan merek dengan mengkombinasikan berbagai variabel seperti *brand trust* atau *brand image* serta menambahkan elemen indikator untuk memperkuat variabel yang ada.

2. Bagi perusahaan diharapkan dapat memanfaatkan website untuk menjadi pusat informasi perusahaan agar menjaga hubungan berkelanjutan antara perusahaan dengan konsumen. Seperti lowongan kerja ataupun informasi yang lebih luas. Untuk variabel yang mendapatkan skor paling tinggi yaitu iklan dapat dijadikan pertimbangan untuk terus menerus berinovasi agar dapat memperatahkan atau menarik konsumen.