

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data menggunakan PLS dan pembahasan hasil penelitian yang dikemukakan, dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Presepsi Harga memberikan kontribusi terhadap perpindahan merek pada Teh Botol Sosro. Semakin baik persepsi harga pada produk Teh Botol Sosro, maka akan semakin rendah peluang untuk konsumen melakukan perpindahan merek dari produk Teh Botol Sosro ke produk lain.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra merek tidak memberikan kontribusi terhadap perpindahan merek produk Teh Botol Sosro di UPN Veteran Jawa Timur. Sebaik apapun Citra Merek tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap perpindahan merek.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk memberikan kontribusi terhadap Perpindahan Merek pada produk Teh Botol Sosro. Semakin baik kualitas produk, maka semakin kecil kemungkinan konsumen untuk melakukan perpindahan merek dari Produk Teh Botol Sosro ke produk lain.

5.2 Saran

Sehubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini beserta hasil Analisa data yang telah disajikan, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang diharap dapat bermanfaat, antara lain:

1. Presepsi harga merupakan penilaian harga yang dilakukan oleh konsumen yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen ketika membeli produk. Berdasarkan jawaban responden, Teh Botol Sosro harus lebih memperhatikan kesesuaian harga dengan para pesaingnya dan manfaat yang ditawarkan. Jadi, ketika konsumen mendapatkan harga produk yang murah dan sesuai dengan presepsi konsumen maka konsumen akan merasa puas dan kemungkinan berpindah merek semakin kecil.
2. Citra Merek Teh Botol Sosro sudah cukup baik dan merupakan merek yang banyak di kenal orang. Teh Botol Sosro hanya perlu meningkatkan kegiatan promosi agar konsumen lebih percaya bahwa produk Teh Botol Sosro lebih baik dibandingkan produk lainnya dan tidak melakukan perpindahan merek.
3. Kualitas Produk merupakan salah satu faktor yang sering menyebabkan perpindahan merek karna kualitas produk mencerminkan baik buruknya suatu produk. Berdasarkan jawaban responden, Teh Botol Sosro harus lebih memperhatikan rasa yang sesuai dengan minat konsumen di pasaran saat ini yang lebih suka dengan rasa yang menyegarkan.

4. Sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menggunakan variabel lain atau variabel tambahan yang belum ditampilkan dalam penelitian ini seperti promosi, kepuasan pelanggan.