

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bersumber pada hasil *analysis method* PLS untuk pengujian pengaruh variable-variable terhadap *Brand Switching*, kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

1. *Word of Mouth* memiliki kontribusi terhadap *Brand Switching*. Dapat diartikan sebagai semakin tinggi *Word of Mouth* mengenai merek lain maka akan semakin tinggi juga perilaku perpindahan merek atau *Brand Switching* pada *Hand and Body Lotion Citra*.
2. Citra Merek memiliki kontribusi terhadap *Brand Switching*. Dapat diartikan sebagai semakin tinggi Citra Merek dari merek lain atau pesaing maka akan semakin tinggi juga resiko perpindahan merek atau *Brand Switching* pada *Hand and Body lotion Citra*.

5.3 Saran

Sebagai implikasi dari penelitian ini, diutarakan beberapa pendapat yang bisa diberikan sebagai pertimbangan untuk pengembangan dan pengambilan keputusan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. PT Unilever Indonesia sebagai pemilik *brand Hand and Body Lotion Citra* diharapkan untuk memposisikan konsumen sebagai prioritas utama dan mengantisipasi adanya pengaruh dari konsumen merek lain dengan cara memberikan kualitas produk terbaik guna mengurangi resiko konsumen melakukan perpindahan merek.
2. PT Unilever Indonesia sebagai pemilik *brand Hand and Body Lotion Citra* diharapkan untuk terus memperhatikan kualitas dari *Hand and Body Lotion Citra* dengan cara

lebih mengembangkan dan memperkaya kandungan *Hand and Body Lotion* Citra agar dapat memberikan hasil yang dapat memuaskan konsumen.