

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian berjudul “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Daya Tarik Iklan Pesaing terhadap *Brand Switching* Melalui *Variety Seeking* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna *Smartphone* Realme di Kota Surabaya)” menyimpulkan beberapa poin sebagai berikut:

1. Ketidakpuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap *variety seeking* pada pengguna *smartphone* Realme di Kota Surabaya.
2. Daya tarik iklan pesaing berpengaruh secara signifikan terhadap *variety seeking* pada pengguna *smartphone* Realme di Kota Surabaya.
3. Ketidakpuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching* pada pengguna *smartphone* Realme di Kota Surabaya.
4. Daya tarik iklan pesaing berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching* pada pengguna *smartphone* Realme di Kota Surabaya.
5. *Variety seeking* berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching* pada pengguna *smartphone* Realme di Kota Surabaya.
6. Ketidakpuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching* melalui *variety seeking* pada pengguna *smartphone* Realme di Kota Surabaya.
7. Daya tarik iklan pesaing berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching* melalui *variety seeking* pada pengguna *smartphone* Realme di Kota Surabaya.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran yang ingin penulis sampaikan dengan berdasar pada hasil penelitian serta analisis mendalam dalam rangka mengembangkan aspek-aspek tertentu yang perlu diperbaiki:

1. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Menggunakan pendekatan penelitian yang lebih menyeluruh dengan menggabungkan beberapa metode penelitian yang sesuai. Penelitian lintas daerah juga diperlukan untuk membandingkan hasil penelitian dengan populasi yang memiliki karakteristik demografis, sosial, dan budaya yang berbeda. Dari adanya populasi dengan beberapa karakteristik berbeda itu, sampel yang diambil juga dapat lebih luas. Penggunaan berbagai metode penelitian dan sampel yang lebih luas membuat suatu penelitian dapat menghasilkan wawasan yang lebih mendalam dan relevan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi fenomena tersebut, yang mana dalam penelitian ini dihubungkan dengan perilaku *brand switching* pada produk *smartphone*. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan mempertimbangkan penggunaan variabel tambahan lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Variabel tambahan ini dapat mencakup faktor-faktor seperti harga, citra merek, atribut produk, hingga *Word of Mouth (WoM)*.

2. Saran Bagi Perusahaan Realme

Perusahaan Realme disarankan untuk lebih fokus meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan ekspektasi konsumen dan

memperbaiki layanan purna jual, seperti layanan garansi atau pusat servis guna membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, perusahaan perlu memantau iklan pesaing yang lebih menarik dan informatif agar dapat merancang strategi pemasaran yang lebih kompetitif. Membuat iklan yang unik, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan konsumen dapat membantu Realme mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menarik konsumen baru.