

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kelompok referensi, dan fitur produk terhadap perpindahan merek *smartphone* dari Android ke iOS pada mahasiswa di Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek *smartphone* dari Android ke iOS pada mahasiswa di Yogyakarta.
2. Variabel kelompok referensi berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek *smartphone* dari Android ke iOS pada mahasiswa di Yogyakarta.
3. Variabel fitur produk berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek *smartphone* dari Android ke iOS pada mahasiswa di Yogyakarta.
4. Berdasarkan hasil analisis uji *Goodness of Fit* dapat dikatakan bahwa variabel gaya hidup, kelompok referensi, dan fitur produk berpengaruh terhadap perpindahan merek *smartphone* dari Android ke iOS pada mahasiswa di Yogyakarta.
5. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,627 (62,7%) hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup, kelompok referensi, dan fitur produk memberikan sumbangan pengaruh

sebesar 62,7% terhadap variabel perpindahan merek, sedangkan sisanya sebesar 37,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pertimbangan utama perusahaan untuk selalu memahami keadaan pasar, khususnya pasar telepon seluler. Perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti gaya hidup konsumen khususnya mahasiswa, seperti yang diketahui saat ini bahwa gaya hidup mahasiswa saat cenderung mengarah pada kegiatan sosialita dan komunikasi yang intens dengan telepon selulernya, agar perusahaan harus dapat mengikuti perkembangan gaya hidup dari konsumennya supaya tetap dapat menguasai pasar.
2. Perusahaan hendaknya membina atau menjalin komunikasi kepada kelompok pengguna iOS karena di samping mereka menjadi bagian dari komunitas pemasaran, juga sebagai kelompok referensi/acuan yang dapat menentukan kepindahan merek. Dengan cara mencari informasi yang spesifik mengenai produk iOS khususnya iPhone.
3. Disarankan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan fitur-fitur atau fasilitas android yang lebih tinggi sehingga para pengguna yang puas akan dapat menjadi kelompok referensi yang positif dalam mempengaruhi orang lain untuk menggunakan iOS.

4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi misalnya faktor kreativitas iklan, kualitas produk, harga, selebrity endorsement, dan lain sebagainya, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.