

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variasi produk berpengaruh positif terhadap perpindahan merek ke sabun Dettol.
2. Iklan berpengaruh positif terhadap perpindahan merek ke sabun Dettol.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi dan pedoman serta pedoman bagi manajemen Dettol. Dari penelitian ini dapat terungkap bahwasanya responden yakni masyarakat kota padang setuju untuk berpindah merek ke sabun Dettol. Dalam penelitian ini terbukti variabel yang menunjang konsumen melakukan perpindahan merek adalah variasi produk dan iklan.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, tindakan yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen Dettol untuk lebih memaksimalkan variasi produk adalah dengan cara memperhatikan dan menaikkan item-item pertanyaan yang skor rata-rata yang belum termasuk tinggi. Dengan demikian pihak manajemen Dettol dipandang perlu untuk (a) melakukan inovasi terhadap model kemasan dari sabun

Dettol agar lebih menarik dimata konsumen, serta (b) lebih memperhatikan warna kemasan sabun agar lebih beragam dan lebih menarik untuk konsumen.

Sedangkan untuk variabel iklan tindakan kongkrit yang dapat dilakukan pihak manajemen Dettol sebagai upaya meningkatkan iklannya adalah dengan cara memperhatikan dan menaikkan item-item pertanyaan yang skor rata-rata yang tergolong masih diangka sedang. Dengan demikian pihak manajemen Dettol dipandang perlu untuk (a) membuat iklan yang lebih menarik agar saat adanya iklan tersebut, perhatian mereka akan beralih untuk melihat iklan sabun Dettol tersebut, (b) membuat iklan di TV yang dapat menimbulkan niat konsumen agar dapat membeli sabun Dettol seperti diskon terbatas waktu atau bentuk promo lainnya, (c) menyuguhkan iklan yang dapat dipercaya seperti dengan menyisipkan hasil uji laboratorium yang sesuai dengan apa yang disebutkan dalam iklan, dan (d) memperbanyak iklan dalam media cetak agar lebih mudah dijumpai dan dilihat oleh konsumen, karena media cetak masih digemari oleh sebagian masyarakat Indonesia.

5.3 Keterbatasan dan saran

Setelah melihat hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka didapat beberapa keterbatasan dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi

variabel perpindahan merek atau variabel yang dapat menyebabkan fenomena perpindahan merek

2. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 60 orang yang mana masih tergolong kecil. Dengan demikian disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar.

Daftar Pustaka

- Antaranews.com.(2023, 19 Maret). Menguatkan Kesadaran Pentingnya Cuci Tangan Pakai Sabun. Diakses pada 19 maret 2023, dari <https://www.antaraneews.com/berita/2461597/menguatkan-kesadaran-pentingnya-cuci-tangan-pakai-sabun>
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Aksara.
- Dettol.co.id.(2023, 1 April). Sejarah Dettol. Diakses pada 1 April 2023, dari <https://www.dettol.co.id/tujuan-dettol/sejarah-dettol/#:~:text=Lahir%20pada%20tahun%201933%2C%20Dettol,teranca m%20oleh%20sepsis%20ketika%20melahirkan.>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. 11th edition*. McGraw-Hill, Irwin.
- Hair et al. 2010. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Muhammad Rifky. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Dum Dum Thai Tea. Skripsi. Universitas Esa Unggul.
- Huda, N., & Nurchayati. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Yamaha NMAX Di Semarang Selatan. *Jurnal Ilmiah UNTAG*, 7, 118-139.
- Kotler., P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Marlin, Intan Aisyah. (2020). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Paving Blok Pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Montolalu, I. T., Mandey, S. L., & Poluan, J. G. (2018). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Produk dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Sabun Pembersih Wajah pada Supermarket Grand Central Tomohon. *Jurnal EMBA*, 2178 – 2187.

- Mowen, & Minor. (2012). *Perilaku Konsumen. Jilid 1, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Muharam Irwan. (2014). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. UPI “YPTK”. Padang
- Peter, & Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pinontoan, Y. C. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Ketidakpuasan Konsumen dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Sabun Pembersih Wajah Pada Supermarket Cool Tomohon. *Jurnal EMBA*, 7, 5753-5762.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30, 20-28.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Y. D., & Widyawati, N. (2016). Pengaruh Variety Seeking, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Perpindahan BLACKBERRY KE SMARTPHONE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5, 1-15.
- Tantya, Lucky Oktaviana. (2021). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek Pada Provider Indosat ke Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Topbrand-award.com. (2023, 19 Maret). Top Brand Kategori Sabun Mandi. Diakses pada 19 maret 2023, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2017&tbi_index=top-brand&type=subcategory&tbi_find=sabun%20mandi
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Zahari, A., & Evanita, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Swithcing) Produk Kosmetik Sariayu di Kota Padang. *EcoGen Volume 1, Nomor 4*, 896-90

