

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *Driver Ojek Online* sebagai konsumen produk *smartphone* adalah faktor sosial yaitu kelompok referensi dan keluarga, dan faktor pribadi yaitu pekerjaan, umur, dan gaya hidup. Berdasarkan faktor-faktor tersebut ada juga faktor-faktor yang tidak mempengaruhi, yang pertama faktor budaya yaitu perilaku dan keinginan yang memberikan informasi yang bersifat umum dan subbudaya yaitu agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Yang kedua faktor sosial yaitu peran sosial dan status. Yang ketiga faktor pribadi yaitu kepribadian.
2. Faktor-faktor yang menjadi penyebab adanya perilaku *brand switching* konsumen terhadap *smartphone*, pertama faktor kualitas produk, kedua faktor harga, ketiga faktor variasi dan keempat faktor iklan dan promosi. Berdasarkan faktor-faktor tersebut setiap konsumen dalam melakukan *brand switching* pasti akan mencari produk dan merek *smartphone* yang lebih baik dari produk dan merek *smartphone* yang konsumen gunakan sebelumnya. Ketidakpuasan konsumen atas suatu produk *smartphone* menyebabkan konsumen mencari produk dan merek *smartphone* lain dan melakukan *brand switching*.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

### 1. Bagi perusahaan smartphone

Para perusahaan smartphone agar terus mengembangkan produknya dan memperhatikan faktor-faktor yang konsumen pertimbangkan dalam pembelian smartphone, sehingga konsumen cenderung tidak melakukan perpindahan merek dan menjadi konsumen yang loyal akan merek dan produk smartphone yang digunakan.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Para peneliti selanjutnya diharapkan agar bisa meneliti dengan lebih dalam faktor-faktor tersebut. Kemudian juga disarankan untuk menambah jumlah responden, karena semakin banyak jumlah responden akan semakin baik pula untuk menggambarkan populasi yang sebenarnya.