

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Atas dasar hasil analisis data diatas, brikut merupakan kesimpulan yang ditarik peneliti:

1. Daya tarik iklan punya pengaruh signifikan terhadap *brand switching* pada produk tas shopie martin. Hal ini terbukti jika nilai t hitung $2,074 > t$ tabel $1,988$ dan signifikannya $0,041 < 0,05$. Semakin meningkatnya daya tarik iklan maka *brand switching* meningkat pula.
2. Pengaruh *variety seeking* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *brand switching* pada produk tas shopie martin. Hal ini dibuktikan nilai t hitung $3,021 > t$ tabel $1,988$ dan nilai signifikannya $0,003 < 0,05$. Semakin meningkatnya *variety seeking* maka *brand switching* meningkat pula.
3. Pengaruh *word of mouth* punya pengaruh signifikan terhadap *brand switching* tas shopie martin. Hal ini dibuktikan nilai t hitung *word of mouth* yaitu $3,250 > t$ tabel $1,988$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$. Semakin meningkatnya *word of mouth* maka *brand switching* meningkat pula.
4. Daya tarik iklan, *variety seeking*, dan *word of mouth* punya pengaruh signifikan terhadap *brand switching* secara simultan. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai f hitungnya $19,039$ dan signifikannya $0,000$. Sedangkan koefisien determinasi menunjukkan jika nilai R square $0,405$ atau $40,5\%$. Hal ini mengartikan bahwa pengaruh daya tarik iklan, *variety seeking*, dan *word of mouth* terhadap *brand switching* yaitu $40,5\%$. Sedangkan sisanya yaitu $59,5\%$ ini dipengaruhi variabel eksternal dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasar hasil penelitian tersebut, peneliti memberi saran bagi peneliti selanjutnya, diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya diberi saran untuk menjalankan penelitian dengan menggunakan variabel lainnya agar tidak sama dengan penelitian ini.

2. Peneliti selanjutnya diharap dapat menggunakan produk atau perusahaan yang lain sehingga hasilnya bisa dijadikan bahan perbandingan nantinya.
3. Peneliti selanjutnya bisa memakai sampel yang lebih banyak dari penelitian ini dengan tujuan agar hasil penelitian lebih valid.

