

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis terhadap hasil pengolahan data, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari data observasi studi awal yang dilakukan, maka diperoleh 9 atribut yang umumnya mempengaruhi preferensi konsumen (Harga kartu perdana, Tarif penggunaan antar operator, Tarif *talk time* sesama operator, Tarif SMS (Antar dan Sesama operator), Tarif telepon ke luar negeri, Kekuatan sinyal, Jangkauan wilayah, Fasilitas khusus, dan Kecepatan transmisi data) dalam memilih atau membeli kartu perdana (*sim card*) dengan operator berbasis CDMA.
2. Berdasarkan preferensinya dalam penilaian terhadap kartu perdana (*sim card*) dengan operator berbasis CDMA, konsumen mempertimbangkan atribut-atribut yang dianggap determinan dalam keputusannya memilih dan membeli kartu perdana (*sim card*) dengan operator berbasis CDMA. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan, didapat 7 atribut determinan ditambah tarif SMS yang terbagi menjadi dua yaitu tarif SMS antar dan sesama operator sehingga keseluruhan ada 8 atribut yang digunakan untuk sebagai atribut untuk pembuatan kuesioner akhir. Dan seluruh atribut tersebut adalah atribut-atribut yang menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih dan membeli kartu perdana (*sim card*) dengan operator berbasis CDMA, secara terperinci yaitu : atribut harga kartu

perdana, tarif penggunaan antar operator, tarif *talk time* sesama operator, tarif SMS antar operator, tarif SMS sesama operator, kekuatan sinyal, jangkauan wilayah, dan kecepatan transmisi data.

3. Hasil analisis konjoin secara agregat menunjukkan bahwa kekuatan sinyal merupakan faktor terpenting bagi responden dalam memilih maupun membeli kartu perdana (*sim card*) dengan operator berbasis CDMA dengan tingkat kepentingan relatif atribut sebesar (30,70%); lalu diikuti dengan atribut Tarif *talk time* sesama operator (14,85%), atribut Harga kartu perdana (14,60%), Tarif SMS sesama operator (14,51%), Jangkauan wilayah (7,26%), Tarif penggunaan antar operator (7,03%), Tarif SMS antar operator (5,76%), dan Kecepatan transmisi data (5,28%).
4. Selain itu, hasil analisis konjoin secara agregat juga menunjukkan bahwa secara umum responden menyukai harga kartu perdana pada level harga Rp 25.000,-, menyukai tarif penggunaan antar operator dengan tarif Rp 300.-/menit, menyukai tarif *talk time* sesama operator sebesar Rp 1.000/jam, Tarif SMS sesama operator Rp 50,-, Tarif SMS antar operator Rp 350,-, kartu perdana dengan kekuatan sinyal baik, mempunyai jangkauan wilayah nasional, dan mempunyai kemampuan transmisi data 164 Kbps (cepat).

6.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan-keterbatasan yang ada antara lain:

- a. Sampel yang dipilih sebagai sampel penelitian hanya terpusat di Fakultas Ekonomi (Jurusan Akuntansi dan Manajemen) Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Hal ini disebabkan karena keterbatasan peneliti sehingga kesimpulan yang didapat terlalu spesifik dan kurang dapat mempresentasikan kondisi pasar yang sesungguhnya.
- b. Komposisi responden yang menjadi sampel penelitian belum mencakup sebagian besar elemen (profesi/ pekerjaan) yang ada di masyarakat, sehingga generalisasi yang dapat dilakukan pada penelitian ini juga akan terbatas.
- c. Keterbatasan penentuan level untuk masing-masing faktor sehingga profil produk yang dihasilkan kurang dapat menggambarkan produk yang *real* dan lengkap.
- d. Penentuan profil produk sebagai stimuli oleh *software* SPSS 11,5 terlalu sedikit sehingga ada banyak kemungkinan profil produk yang relevan tapi tidak dipakai sebagai dasar penyusunan kuesioner akhir.
- e. Model konjoin tradisional yang digunakan dalam penelitian ini juga memiliki keterbatasan karena kurang cocok untuk mengukur preferensi konsumen terhadap produk yang memiliki banyak atribut (lebih dari 6 atribut).
- f. Atribut-atribut determinan yang membentuk profil produk masih sedikit sehingga mungkin saja bagi sebagian responden ada atribut-atribut yang menurut mereka penting tetapi tidak tercantum di profil produk sehingga

profil produk yang dihasilkan kurang dapat menggambarkan produk yang *real* dan lengkap.

6.3 Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa saran yang perlu disampaikan karena adanya keterbatasan-keterbatasan dalam melakukan penelitian ini seperti yang telah dijelaskan di atas.

Saran yang disampaikan pada perusahaan yang bergerak sebagai industri kartu perdana (*sim card*) khususnya dengan operator berbasis CDMA.

1. Sebagai perusahaan pemain baru dalam bisnis kartu perdana (*sim card*), perusahaan harus dapat menawarkan produk kartu perdana (*sim card*) yang benar-benar menjadi keinginan pasar kartu perdana (*sim card*), sehingga diharapkan perusahaan dapat mengetahui dengan pasti atribut-atribut apa saja yang menjadi titik pertimbangan konsumen dalam memilih dan membeli sebuah kartu perdana (*sim card*) pada pasar tersebut. Dengan demikian diharapkan dengan strategi ini perusahaan dapat merebut pasar yang ada dengan diimbangi juga dengan promosi yang efektif apalagi untuk produk yang benar-benar baru akan diluncurkan ke pasaran.
2. Sebagai perusahaan yang telah berkecimpung dalam bisnis kartu perdana (*sim card*), perusahaan harus terus melakukan inovasi pada produk-produk kartu perdananya (*sim card*), baik inovasi pada produk yang sudah ada maupun yang akan diluncurkan ke pasar disamping juga terus melakukan perbaikan terhadap kinerja atribut-atribut produk yang menjadi kebutuhan

dan keinginan konsumen dan didukung oleh *customer service* yang memuaskan. Dengan adanya inovasi tersebut akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan. *Pertama*, inovasi dapat mendorong terjadinya efisiensi dalam kegiatan produksi maupun pemasarannya sehingga dapat mengurangi *cost* yang akhirnya bermuara pada pengurangan harga pokok produk. *Kedua*, inovasi terhadap produk akan memberikan suatu *value added* tersendiri bagi produk kartu perdana (*sim card*) CDMA yang dijual ke konsumen dan mungkin saja membentuk suatu *image* baru yang selama ini dicari-cari oleh konsumen kartu perdana (*sim card*) CDMA.

Penelitian ini diakhiri dengan beberapa saran yang kiranya dapat dipakai sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya. Saran yang dapat disampaikan untuk penelitian lebih lanjut dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini perlu dilakukan pada sampel yang lebih banyak dan jangkauan elemennya lebih luas (heterogen) agar menggambarkan keadaan yang sebenarnya dan sebagai generalisasi hasil yang diperoleh.
2. Model konjoin tradisional yang digunakan dalam penelitian ini termasuk pendekatan dekomposisional yang masih memiliki banyak keterbatasan terutama jika produk yang digunakan terlalu banyak. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan-pendekatan lain seperti model hybrid atau model ACA yang dapat menampung dan menjelaskan atribut yang lebih banyak.

3. Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya terutama di bidang manajemen pemasaran khususnya dalam hal perencanaan pengembangan produk baru.