

---

---

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan analisis yang telah diperoleh dikemukakan pada bab-bab sebelumnya mengenai analisis atribut produk terhadap *brand image* dengan menggunakan perbedaan semantik (studi kasus: kartu CDMA Flexi dan Esia) dapat disimpulkan sebagai berikut :

Kartu CDMA Flexi lebih unggul dibandingkan kartu CDMA Esia. Baik dari segi atribut produk yang mencakup merek, harga, pelayanan, kemasan, *labeling*, jaminan, area jangkauan (kualitas), fitur, serta gaya dan desain maupun segi *brand image* yang mencakup merek, kualitas, daya tahan, desain, warna, harga, dan lokasi gerai.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mencoba memberikan saran-saran serta masukan-masukan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran sebagai berikut :

- Kartu CDMA Esia perlu melakukan perbaikan pada hasil-hasil yang kurang memuaskan agar dapat menyaingi pesaingnya, seperti dengan meningkatkan kualitas produk dengan memperluas area jangkauan hingga ke pelosok, meningkatkan pelayanan yang lebih baik melalui pelatihan pada karyawan, menyediakan lokasi gerai yang mudah dijangkau oleh

---

pelanggan, serta melakukan riset dan pengembangan pada fitur produk agar dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan serta menarik pelanggan baru. Hal ini sangat diperlukan agar Esia dapat mengungguli pesaingnya.

- Sebaliknya kartu CDMA Flexi harus berusaha mempertahankan prestasi yang telah dicapai sejauh ini dan senantiasa melakukan pengembangan produk yang inovatif guna memenuhi kebutuhan konsumen akan informasi terkini.
- Dengan melihat pertumbuhan pengguna internet yang semakin meningkat, perusahaan CDMA, baik Flexi maupun Esia mungkin dapat memberikan layanan internet yang dapat mengakses informasi dengan kecepatan yang tinggi dengan harga yang murah.