

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis mengenai pengaruh persepsi konsumen pada desain dan harga produk Star One terhadap loyalitas pelanggan yang diwakili oleh 100 responden, penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi pelanggan terhadap desain dan harga produk Star One adalah sebagai berikut :
 - Desain produk (*product design*).
Mayoritas pelanggan memberi persepsi positif mengenai pertanyaan yang diajukan terhadap *product design*.
 - Harga (*Price*)
Sebagian besar pelanggan memberikan persepsi positif mengenai harga secara keseluruhan.
 - Variabel loyalitas sebagian besar responden bersikap negatif.
2. Pengaruh yang diberikan masing-masing variabel terhadap loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:
 - Desain produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.562.
 - Harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.014. namun tidak signifikan dalam pengujian hipotesis.
 - kedua variabel tersebut hanya menjelaskan 9.0 % terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti sisanya sebesar 91.0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

3. Walaupun desain produk (X1) yang paling berpengaruh secara signifikan, perusahaan harus tetap memperhatikan variabel harga (X2). Hal ini ditunjukkan dengan t statistik (0,222), yang berarti H_0 ditolak.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan-kesimpulan yang telah diperoleh, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak Star One dalam mengambil keputusan untuk melakukan perbaikan dalam pemasaran produk mereka. Untuk membuat konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap Desain dan harga produk Star One :

1. Produk provider (untuk kartu perdana) termasuk dalam *shopping goods*, dimana dalam jenis barang ini, atribut yang berdasarkan desain produk, harga merupakan faktor yang sangat penting. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, sebaiknya perusahaan harus lebih memperhatikan *basic product design*, karena merupakan salah satu variabel independen yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini yang merupakan salah satu faktor yang dapat menambah *augmented product*.
2. Harga dipersepsikan positif oleh sebagian besar pelanggan, yang berarti harga Star One murah. Oleh karena itu, Star One juga harus memperhatikan faktor harga. Dalam hal ini, pelanggan Star One sangat sensitif terhadap harga, dengan kata lain harga mahal harus diimbangi dengan kualitas baik, namun akan lebih baik lagi jika harga terjangkau dan berkualitas baik. Berkualitas baik dalam

hal ini berarti kualitas sinyal dan jaringan baik, jangkauan jaringan luas, suaranya jernih serta tidak terjadinya gangguan jaringan. Pelanggan pun sangat tertarik dengan adanya promosi bonus pulsa yang pernah diadakan oleh pihak Star One pada awal-awal periode. Sehingga, hal ini menjadi masukan bagi Star One untuk dapat menerapkan kembali dan lebih meningkatkan adanya promosi bonus pulsa dimana hal ini menjadi salah satu interest utama pelanggan dalam menggunakan suatu provider. Serta dapat menerapkan harga/tarif yang terjangkau bagi pelanggan sesuai dengan produk yang ditawarkannya. Tentunya hal ini pun dupayakan untuk tetap dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

3. Star One sebaiknya untuk dapat lebih memperhatikan *basic product design*, karena merupakan salah satu variabel independen yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, untuk tetap dapat mempertahankan loyalitas pelanggan Star One juga harus memperhatikan faktor harga. Karena harga oleh sebagian besar pelanggan dipersepsikan positif. Selain hal yang telah disebutkan di atas, faktor-faktor lain yang dapat dilakukan Star One antara lain:

- Membangun dan menambah BTS lebih banyak lagi, sehingga jangkauan jaringannya diperluas lebih luas lagi sampai ke pelosok-pelosok daerah bahkan luar kota. Hal ini didukung juga dengan adanya kualitas sinyal yang kuat, suara yang jernih, dan tidak terjadinya gangguan jaringan.
- Menerapkan harga/tarif yang kompetitif dibandingkan pesaingnya agar dapat lebih bertahan di pasar. Seperti: tarif telepon/SMS antar sesama provider diusahakan jauh lebih murah dan terjangkau dibandingkan tarif telepon/SMS dengan antar merek provider lain (dimana hal ini telah diterapkan merek provider CDMA yang lain). Maka itu,

agar lebih unggul dalam bersaing dengan yang lainnya disarankan agar Star One menurunkan harga/tarif atau menetapkan harga/tarif jauh lebih murah dibanding tarif/harga yang telah ditetapkan /diberlakukan pesaing lainnya.

- Mengadakan kembali dan lebih meningkatkan promosi-promosi adanya bonus pulsa tiap bulannya yang berlaku untuk periode yang cukup lama, yang dapat dilakukan setiap pembelian/pengisian ulang pulsa. Dapat juga diberikan potongan harga bila setiap kelipatan nominal pembelian/pengisian ulang pulsa dalam periode tertentu.
 - Menggunakan *advertising*, karena *advertising* dapat digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan akan *provider* Star One.
 - Star One diharapkan untuk terus secara kontinyu mengembangkan inovasi-inovasi yang dimilikinya (adanya program promosi baru, fitur-fiturnya ditambah, jangkauannya diperluas tidak hanya regional bahkan nasional dengan tarif lokal; dan lainnya)
4. Star One sebaiknya melakukan survei secara berkala untuk mengetahui persepsi pelanggan mengenai operator seluler Star One, dan juga untuk mengetahui apa harapan pelanggan terhadap operator seluler Star One. Informasi yang diperoleh dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga Star One dapat memberikan respon secara cepat dan tepat terhadap setiap masalah yang timbul.
 5. Perusahaan perlu melakukan *market research* lebih lanjut untuk memperoleh gambaran mengenai keinginan pasar mengenai produk operator seluler CDMA, sehingga operator seluler Star One dapat dikembangkan lebih baik lagi.

Diperlukan penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih representatif pada populasi untuk mengetahui lebih lanjut mengenai atribut-atribut produk yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Star One.