

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab terhadap tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- ✚ Hasil jawaban responden pelanggan dan non pelanggan terhadap kinerja elemen bauran pemasaran **PRODUCT** Flexi Trendy menyimpulkan kejernihan suara/ kualitas suara, kekuatan sinyal, luas *coverage area*, keberhasilan panggilan (*tingkat dropp call*), keberhasilan pengiriman dan penerimaan SMS, desain dan *packaging starterpack*/ kartu perdana serta voucher Flexi Trendy berada pada kategori **Tidak Baik**. Sementara, kinerja kecepatan *down load* data, kegunaan dan varian fitur, kegunaan dan varian layanan *content*, dan serta ragam voucher yang disediakan Flexi Trendy dipersepsikan berada pada kategori **Baik**.
- ✚ Hasil jawaban responden pelanggan dan non pelanggan terhadap kinerja elemen bauran pemasaran **PRICE/ HARGA** Flexi Trendy berada pada kriteria **Baik**. Kecuali persepsi responden non pelanggan terhadap harga *starterpack*/ kartu perdana Flexi Trendy yang berada pada kategori **tidak baik**, selebihnya hasil jawaban responden pelanggan maupun non pelanggan terhadap pernyataan item variabel *price* yang mencangkup pernyataan terhadap harga kartu perdana, harga voucher, tariff panggilan, tariff SMS, tariff akses data maupun potongan tariff menunjukkan pada kategori **Baik**.
- ✚ Hasil jawaban responden pelanggan dan non pelanggan terhadap kinerja elemen bauran pemasaran **PLACE/ SALURAN DISTRIBUSI** Flexi Trendy menyimpulkan banyak kantor pelayanan Telkom, dan letak kantor pelayanan Telkom berada pada

kategori **Baik**. Sementara banyak dan letak outlet/ toko yang menjual *starterpack* dan voucher Flexi Trendy berada pada kategori **Tidak Baik**.

- ✚ Hasil jawaban responden pelanggan dan non pelanggan terhadap kinerja elemen bauran pemasaran **PROMOTION/ PROMOSI** Flexi Trendy menunjukkan iklan lini atas Flexi Trendy dalam bentuk iklan di TV, iklan di surat kabar, undian berhadiah, program *bundling*, pameran Flexi Trendy dan keberadaan situs Telkom Flexi (menurut non pelanggan) berada pada kategori **Baik**. Sementara materi promosi Flexi Trendy (spanduk, poster, leaflet), situs Flexi (menurut pelanggan), dan berita Flexi Trendy yang ada di media massa berada pada kategori **Tidak baik**.
- ✚ Hasil jawaban responden pelanggan dan non pelanggan terhadap kinerja elemen bauran pemasaran **PEOPLE/ SDM** Flexi Trendy menunjukkan keramahan petugas *front liner* berada pada kategori **Baik**, sementara kemampuan petugas *front liner* dalam menyelesaikan keluhan pelanggan dan memberikan informasi berada pada kategori **Tidak baik**.
- ✚ Hasil jawaban responden pelanggan dan non pelanggan terhadap kinerja elemen bauran pemasaran **PHYSICAL EVIDENCE/ SARANA FISIK** Flexi Trendy menunjukkan seragam *front liner* TELKOM (menurut non pelanggan), materi promosi Flexi Trendy yang ada di kantor pelayanan TELKOM, mobil operasional dan gedung kantor pelayanan TELKOM berada pada kategori **Baik**. Sementara seragam petugas outlet penjual *starterpack/* kartu perdana atau voucher dan materi promosi Flexi Trendy yang terdapat di outlet penjual *starterpack/* kartu perdana atau voucher berada pada kategori Tidak baik.
- ✚ Hasil jawaban responden pelanggan dan non pelanggan terhadap kinerja elemen bauran pemasaran **PROCESS/ PROSES** Flexi Trendy menunjukkan berada pada kategori **Baik**.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada kinerja bauran pemasaran Flexi Trendy, maka diperlukan perbaikan – perbaikan sehingga permasalahan mengenai kinerja bauran pemasaran Flexi Trendy bisa diatasi. Berikut adalah usulan perbaikan bauran pemasaran Flexi Trendy :

Product / Produk

1. Menambahkan jumlah BTS ataupun *repeater*.
2. Terus melakukan *improvement* dan pengembangan jaringan.
3. Melakukan monitor/ pengecekan performansi produk Flexi Trendy secara rutin.
4. Melakukan pengembangan layanan content yang bersifat *one stop services* (seperti satelindo access)
5. Melakukan perbaikan desain dan *packaging starterpack/* kartu perdana dan voucher Flexi Trendy.
6. Menciptakan denominasi nilai voucher dengan rentang V 50 ribu – V 100 ribu (contoh V 60 ribu atau V 75 ribu).
7. Terus melakukan pengembangan dan inovasi produk.

Price / Harga

1. Menurunkan harga *starterpack/* kartu perdana Flexi Trendy.
2. Menurunkan tariff SMS ke sesama grup Telkom dan menurunkan tariff panggilan seluler ke sesama grup Telkom (AS, Halo, dan SIMPATI). Keterangan : harus ada peninjauan lebih lanjut.

Place / Saluran Distribusi

1. Memberi dukungan penuh kepada *authorized dealer* seperti : pemberian bonus dan reward, pengadaan training, ataupun mengadakan pertemuan secara rutin (*deale/ outlet gathering*).

2. Melakukan *canvassing* outlet penjual Flexi Trendy dan Menyediakan materi promosi berupa poster, spanduk, banner, seragam, topi, dan cinderamata lain untuk *authorized dealer* sampai outlet.
3. Terus mengadakan kerjasama dengan mitra elektronik channel dan Bank sehingga voucher Flexi Trendy dapat dengan mudah didapatkan pelanggan.

Promotion / Promosi

1. Lebih agresif mengkomunikasikan keunggulan – keunggulan yang dimiliki oleh Flexi Trendy. Contoh : suara lebih jernih, tariff hemat, jangkauan lebih luas dibandingkan produk sejenis (esia dan star one), akses data cepat.
2. Menambah alokasi anggaran *below the line*.
3. Disamping *market pull*, perlu juga dilakukan aktivitas *market push* dengan cara memberdayakan saluran distribusi Flexi Trendy (terutama *indirect channel*).
4. Terus melakukan promosi dengan cara membuat program penjualan *bundling* terminal – Flexi Trendy.
5. Perlu lebih sering mengadakan pameran Flexi Trendy.
6. Terus mengembangkan dan mensosialisasikan situs Telkom Flexi .
7. Berita Telkom Flexi (*advetorial, press release*), terutama Flexi Trendy, harus lebih sering dipasang di media masa

People / SDM

1. Review ulang katalog mengenai Flexi Trendy (mencakup penjelasan produk, kebijakan, pengenalan jenis terminal, serta pengenalan Manajemen aplikasi Telkom Flexi – MAKXI)
2. Pembuatan suatu media interface (contoh : aplikasi customer care ataupun mail list)
3. Pengembangan dan penyempurnaan MAKXI

4. Pembuatan standarisasi pelayanan untuk *front liner* yang ada di seluruh Indonesia dengan membuat dokumen bisnis proses dan SLA.

Physical Evidence / Sarana Fisik

1. Memproduksi seragam yang mencirikan identitas Flexi Trendy
2. *Canvassing* outlet yang menjual Flexi Trendy serta sarana yang dimiliki oleh Telkom lainnya (contoh telepon umum, gedung kantor pelayanan, mobil operasional, WarTel dll).

Process / Proses

Tidak diperlukan perbaikan yang signifikan terhadap *process* dari bauran pemasaran Flexi Trendy.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- Karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, maka penelitian ini hanya dilakukan pada satu DIVRE. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti di setiap DIVRE dengan sehingga diperoleh data yang lebih lengkap mengenai persepsi terhadap kinerja bauran pemasaran Flexi Trendy.
- Dikarenakan penelitian mengenai bauran pemasaran sangat erat kaitannya dengan penerapan strategi pemasaran (*Segmenting, Targetting, Dan Positioning*), maka disarankan penelitian selanjutnya juga meneliti mengenai strategi pemasaran Flexi Trendy sampai dengan penyusunan bauran pemasaran Flexi Trendy.

DAFTAR PUSTAKA

Annual Report Telkom Flexi 2004

Arikunto, Suharsimi, 2002, *“Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek”*, Edisi Revisi V, PT Rineka Cipta, Jakarta.

Bisnis Plan Telkom Flexi 2003 – 2007

Friedman, Lawrence. G and Timothy R. Furey. (2003). *The Channel Advantage*. Jakarta, Erlangga.

Keegan, Warren. J, Sandra E. Moriarty, and Thomas R. Duncan. (1995). *Marketing, Second edition*, New Jersey, Prentice Hall.

Kotler, Philip, 2003, *“Marketing Management”*, Eleventh Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.

, & Amstrong, 2004, *“Principles of Marketing”*, Tenth Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.

Laporan Marketing Divisi Fixed Wireless Network TELKOM 2004

Marketing Plan Telkom Flexi 2004 & 2005

Riset penelitian dan pengembangan saluran distribusi Flexi Trendy di DIVRE II, 2004, Telkom MCC.

Santoso, Singgih, 2002, *“SPSS Statistik Multivariat”*, PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.

Setiadi, J. Nugroho, 2003, *“Prilaku konsumen, konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran”*, Prenada Media, Jakarta.

Sugiono, 2004, *“Metode Penelitian Bisnis”*, Cetakan Keenam, CV Alfabeta, Bandung.

Umar, Husein, 2002, *“Metode Riset Bisnis”*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

KUESIONER

EVALUASI BAURAN PEMASARAN FLEXI TRENDY BERDASARKAN PERSEPSI PELANGGAN – NON PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN FLEXI TRENDY (Studi kasus : DIVRE II)

Ditengah kesibukan dan keterbatasan waktu yang saudara/i miliki, dengan segala kerendahan hati saya mengharapkan kesediaan anda untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai persepsi saudara/i mengenai kebijakan bauran pemasaran Flexi Tendency yang telah diterapkan oleh manajemen TELKOM. Informasi yang diberikan, sepenuhnya akan kami rahasiakan. Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan bagi pihak manajemen TELKOM guna menyusun kebijakan bauran pemasaran Flexi Trendy pada masa yang akan datang.

Akhirnya saya mengucapkan terima kasih atas kerjasama saudara/i dalam mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Rubby Kurniawan

BAGIAN I

Data Responden :

No responden :

PETUNJUK PENGISIAN : ANDA DIMOHON MEMBERI TANDA \surd PADA JAWABAN YANG DIANGGAP PALING SESUAI !

1. Jenis kelamin Anda?

- Laki-laki Perempuan

2. Berapakah usia Anda saat ini? tahun

3. Pekerjaan Anda saat ini ?

- Pelajar
 Mahasiswa
 Pegawai negeri
 Pegawai swasta
 Wiraswastawan
 ABRI
 lain-lain, sebutkan.....

4. Apakah Anda pengguna telepon selular ?

- Ya Tidak

5. Berapa banyak telepon selular yang Anda miliki ?

- 1 buah 2 buah > 2 buah

6. Sim card apakah yang Anda gunakan saat ini ? (*jawaban boleh lebih dari satu*)

- Simpati
 Mentari

- IM 3 smart
- XL Jempol
- XL Bebas
- Fren
- Halo
- Matrix
- IM bright
- X Plor
- lain-lain, sebutkan.....

7. Berapakah rata-rata pendapatan Anda per-bulan?

- < 500.000
- 500.000 - 1.000.000
- 1.000.000 – 2.500.000
- > 2.500.000

8. Apakah Anda menggunakan produk Pra bayar Flexi Trendy?

- Ya (*Lanjutkan ke pertanyaan no 10*)
- Tidak (*Lanjutkan ke pertanyaan pada BAGIAN II*)

9. Manfaat Flexi Trendy menurut anda.....

- Prestige, karena menggunakan teknologi baru yang lebih canggih (CDMA) dan memiliki fitur beragam
- Memudahkan saya untuk berkomunikasi dengan kerabat terdekat (Teman, saudara dll)
- Menunjang pekerjaan dan bisnis saya.

10. Berapa kali dalam 1 bulan Anda biasa mengisi voucher Flexi Trendy ?

(*contoh 1 kali / 1 bulan*)

..... kali/ bulan

11. Nilai nominal voucher Flexi Trendy yang sering Anda beli ?

- 10.000 20.000 50.000
 100.000 150.000 Lainnya, sebutkan.....

12. Untuk aktifitas apa Anda gunakan sebagian pulsa Flexi Trendy Anda?

- Menerima panggilan
 Melakukan panggilan lokal
 Melakukan Panggilan interlokal/ selular
 Akses data/ internet
 SMS
 lain –lain, sebutkan.....

13. Dari mana Anda memperoleh informasi tentang produk pra bayar Flexi Trendy ?

- Koran Radio Majalah
 Televisi Pameran Internet
 Poster/ Spanduk Lain-lain, sebutkan

BAGIAN II

Persepsi pelanggan – Non pelanggan thd bauran pemasaran Flexi Trendy

Menurut Penilaian/ Persepsi anda, Bagaimana Pelaksanaan Kebijakan Bauran Pemasaran Flexi Trendy di Bawah Ini?

PETUNJUK PENGISIAN : ANDA DIMOHON MEMBERI TANDA \surd PADA JAWABAN YANG DIANGGAP PALING SESUAI !

NO	ITEM PERTANYAAN	SANGAT SETUJU	SETUJU	TIDAK SETUJU	SANGAT TIDAK SETUJU
A	<u>Product / Produk :</u>				
	Kualitas				
Pr 1	Telkom Flexi memiliki kualitas suara yang jernih	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pr 2	Telkom Flexi memiliki sinyal yang kuat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pr 3	Kini Telkom Flexi memiliki <i>coverage area</i> (cakupan wilayah) yang luas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Jenis Produk				
Pr 4	Fitur yang ditawarkan sangat beragam dan berguna (contoh : <i>call forwarding, call waiting, three party etc.</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pr 5	Layanan <i>content</i> yang ditawarkan beragam dan berguna (contoh : <i>horoscope, SMS voting, etc</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pr 6	Denominasi/ nilai voucher yang ditawarkan beragam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pr 7	Merk, ciri dan kemasan <i>Starter pack</i> (kartu perdana) Flexi Trendy memiliki desain yang menarik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pr 8	<i>Voucher</i> Flexi Trendy memiliki desain yang menarik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	<u>Price / Harga</u>				
Pi 9	Harga yang tercantum Harga <i>starter pack</i> (kartu perdana) yang ditawarkan terjangkau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pi 10	Harga <i>voucher</i> yang ditawarkan terjangkau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pi 11	Tarif panggilan Flexi Trendy murah bagi saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pi 12	Tarif SMS Flexi Trendy murah bagi saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pi 13	Tarif <i>down load</i> data/ akses internet Flexi Trendy murah bagi saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NO	ITEM PERTANYAAN	SANGAT SETUJU	SETUJU	TIDAK SETUJU	SANGAT TIDAK SETUJU
C	<u>Place / Tempat</u>				
	Saluran				
Pl 14	Kantor pelayanan Telkom yang banyak tersedia dimana-mana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pl 15	Outlet hand phone banyak yang menjual <i>starter pack</i> (kartu perdana) Flexi Trendy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pl 16	Outlet hand phone banyak yang menjual <i>voucher</i> Flexi Trendy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pilihan Lokasi				
Pl 17	Kantor pelayanan Telkom memiliki lokasi yang strategis dan mudah terjangkau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pl 18	Saya dapat dengan mudah mendapatkan <i>starter pack</i> (kartu perdana) Flexi Trendy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pl 19	Saya dapat dengan mudah mendapatkan <i>voucher</i> Flexi Trendy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NO	ITEM PERTANYAAN	SANGAT SETUJU	SETUJU	TIDAK SETUJU	SANGAT TIDAK SETUJU
	<u>Promotion / Promosi</u> Periklanan				
Pm 20	Saya mengetahui dan sering melihat iklan “double hit bonus” , dan “ngomong berbonus 3” di TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pm 21	Saya mengetahui dan sering mendengar iklan “double hit bonus” , dan “ngomong berbonus 3” di radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pm 22	Saya mengetahui dan sering melihat iklan “double hit bonus” , dan “ngomong berbonus 3” di koran, tabloid dan majalah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pm 23	Saya mengetahui dan sering melihat iklan “double hit bonus”, “ngomong berbonus 3” dan materi promosi Flexi Trendy lainnya dalam bentuk spanduk, poster, pamflet, hanging banner etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NO	ITEM PERTANYAAN	SANGAT SETUJU	SETUJU	TIDAK SETUJU	SANGAT TIDAK SETUJU
Pm 24	Undian hadiah yang disediakan melalui program “double hit bonus” dan ”ngomong berbonus 3” menguntungkan bagi saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pm 25	Program penjualan <i>bundling</i> dengan vendor terminal menguntungkan bagi saya (contoh : <i>bundling</i> terminal Flexi – Nokia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pm 26	Pameran Telkom Flexi perlu sering diadakan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pm 27	HUMAS Situs Telkom Flexi membantu saya untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai Telkom Flexi, terutama Flexi Trendy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pm 28	Saya sering melihat dan mendengar berita mengenai Telkom Flexi, terutama Flexi Trendy di media masa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NO	ITEM PERTANYAAN	SANGAT SETUJU	SETUJU	TIDAK SETUJU	SANGAT TIDAK SETUJU
Pp 30	Petugas <i>front liner</i> Telkom (147, plasa Telkom) memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan informasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pp 31	Petugas <i>front liner</i> Telkom (147, plasa Telkom) memiliki sifat ramah dan sopan kepada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pp 32	Petugas outlet penjual <i>starter pack</i> (kartu perdana)/ voucher Flexi Trendy dapat melayani pelanggan dengan baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<u>Physical Evidence / Sarana Fisik</u>				
Ph 33	Seragam petugas kantor pelayanan Telkom mencirikan identitas Telkom Flexi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ph 34	Seragam outlet penjual <i>starter pack</i> (kartu perdana)/ voucher Flexi Trendy mencirikan identitas Telkom Flexi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ph 35	Atribut Telkom Flexi (contoh : poster, <i>hanging banner</i> , <i>standingbanner</i> , spanduk) terdapat di kantor pelayanan Telkom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ph 36	Atribut Telkom Flexi (contoh : poster, <i>hanging banner</i> , <i>standingbanner</i> , spanduk) terdapat di outlet penjual <i>starter pack</i> (kartu perdana)/ voucher Flexi Trendy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ph 37	Mobil operasional P.T Telkom mencirikan identitas Tlekom Flexi				
Ph 38	Gedung kantor pelayanan P.T Telkom mencirikan identitas Telkom Flexi				

Bila Anda pengguna/ pelanggan Flexi Trendy silahkan lanjutkan pada pertanyaan dibawah ini !!!!. **Bila Anda** bukan pengguna/ pelanggan Flexi Trendy **maka STOP !!!!**.

BAGIAN III.

Persepsi pelanggan thd bauran pemasaran Flexi Trendy

Keterangan : Bagian ini hanya diisi oleh PELANGGAN/ PENGGUNA FLEXI TRENDY !!!!

Menurut Penilaian/ Persepsi Anda, Bagaimana **Pelaksanaan Kebijakan Bauran Pemasaran Flexi Trendy** di Bawah Ini?

PETUNJUK PENGISIAN : ANDA DIMOHON MEMBERI TANDA \surd PADA JAWABAN YANG DIANGGAP PALING SESUAI !

NO	ITEM PERTANYAAN	SANGAT SETUJU	SETUJU	TIDAK SETUJU	SANGAT TIDAK SETUJU
Pr 37	SMS yang saya kirim ke setiap operator yang lain jarang ada yang gagal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pr 38	SMS yang dikirim dari operator lain ke nomor Flexi Trendy saya pasti selalu saya terima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pr 39	Terputusnya panggilan (<i>dropp call</i>) jarang terjadi bila saya sedang melakukan komunikasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pr 40	Telkom Flexi memiliki kecepatan dalam <i>mendown load</i> data/ akses internet dibandingkan dengan operator lain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pi 41	Potongan tarif panggilan pada waktu malam hari (non jam sibuk) menguntungkan bagi saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Po 42	Proses pengisian pulsa berlangsung dengan mudah dan cepat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Po 43	Proses pengecekan pulsa berlangsung dengan mudah dan cepat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Po 44	Keakuratan jumlah pulsa yang tersisa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

.....Terimakasih atas kerjasama Anda....