

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih layanan TV Berlangganan

Terdapat 14 faktor yang dipentingkan oleh konsumen TV Berlangganan Indovision dan 8 faktor yang dipentingkan oleh TV Berlangganan pesaing, namun hanya 3 faktor yang sama-sama dipentingkan oleh kedua jenis responden, yaitu faktor kejernihan acara gambar yang ditampilkan, *sales person* yang sopan saat melayani pelanggan, dan kemampuan komunikasi *customer service* secara baik terhadap pelanggan.

2. Tingkat kepuasan konsumen Indovision terhadap faktor-faktor yang dipentingkan

Dari hasil pengolahan kesenjangan tingkat kepentingan terhadap tingkat kepuasan konsumen TV Berlangganan Indovision, diperoleh bahwa konsumen Indovision telah merasa puas terhadap semua faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih layanan TV Berlangganan.

3. Perilaku konsumen saat proses keputusan pembelian TV Berlangganan

Data umum responden dan tahap pengambilan keputusan adalah sama untuk konsumen TV Berlangganan Indovision dan konsumen TV Berlangganan pesaing. Hanya terdapat perbedaan untuk alasan pemilihan TV Berlangganan Indovision, yaitu paket acara yang lengkap dan alasan pemilihan TV Berlangganan lain yang digunakan sekarang, yaitu biaya yang murah.

4. Upaya-upaya yang dapat dilakukan pihak perusahaan untuk meningkatkan penjualan

Upaya-upaya yang dapat dilakukan pihak perusahaan untuk meningkatkan penjualan dari hasil pengolahan kesenjangan tingkat kepentingan dan kepuasan serta perilaku konsumen TV Berlangganan Indovision antara lain, seperti :

- **Faktor Produk :**

1. Kelengkapan acara TV (untuk paket standar).

Usulan : Sebaiknya untuk paket standar diperlengkap dengan penambahan acara-acara baru yang belum ada di paket Indovision.

2. Kejernihan gambar acara yang ditampilkan.

Usulan : Perusahaan sebaiknya memperbaiki pemancar dan penerima satelit agar kondisi gambar siaran acara menjadi lebih baik.

3. Kejernihan suara acara yang ditampilkan.

Usulan : Perusahaan sebaiknya memperbaiki pemancar dan penerima satelit agar kondisi suara siaran acara menjadi lebih baik.

4. Kesesuaian harga terhadap acara (untuk paket standar dan paket tambahan).

Usulan : Perusahaan sebaiknya menurunkan biaya paket tambahan untuk menarik lebih banyak minat konsumen lagi.

- **Faktor Pelayanan :**

1. Syarat-syarat berlangganan (contoh : formulir berlangganan dan surat-surat yang dibutuhkan) yang mudah.

Usulan : Membuat layanan registrasi *online* dan menyediakan formulir pengajuan yang dapat *download* langsung dari internet.

2. Proses pengajuan berlangganan yang cepat.

Usulan : Perusahaan sebaiknya meminimasi waktu proses pengajuan berlangganan yang telah ada saat ini.

3. Ketepatan waktu untuk pengantaran tagihan.

Usulan : Disarankan perusahaan menyampaikan surat tagihan berlangganan minimal seminggu sebelum tenggat pembayaran yang diharuskan serta menghilangkan kesalahan pengiriman ataupun keterlambatan pengiriman yang sekarang ini sering terjadi.

4. Instalasi dan aktivasi secara cepat.

Usulan : Perusahaan disarankan untuk selalu bergerak cepat saat ada pengajuan instalasi dan aktivasi sehingga konsumen tidak terlalu lama menunggu.

• **Faktor Personalia :**

1. Pengetahuan *sales person* yang memadai mengenai produk-produk perusahaan.

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan kepada sumber daya manusia yang ada sebelum sumber daya manusia tersebut berhubungan secara langsung dengan konsumen, terbukti dari hasil penyebaran kuesioner diketahui bahwa *sales person* sebagai sumber informasi yang paling banyak dipilih oleh konsumen.

2. *Sales person* yang sopan saat melayani pelanggan.

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan kepada sumber daya manusia yang ada sebelum sumber daya manusia tersebut berhubungan secara langsung dengan konsumen.

3. Pelayanan teknisi secara akurat terhadap pelanggan.

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan kepada sumber daya manusia yang ada sebelum sumber daya manusia tersebut berhubungan secara langsung dengan konsumen, terutama mengenai teknis sistem peralatan agar dapat menjadi ahli di bidangnya serta adanya komunikasi yang baik dengan pihak *customer service* sehingga keluhan dari konsumen mengenai masalah teknis dapat terselesaikan.

4. Teknisi yang ramah saat melayani pelanggan.

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan kepada sumber daya manusia yang ada sebelum sumber daya manusia tersebut berhubungan secara langsung dengan konsumen.

5. Kemampuan komunikasi *customer service* secara baik terhadap pelanggan.

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan kepada sumber daya manusia yang ada sebelum sumber daya manusia tersebut berhubungan

secara langsung dengan konsumen terutama *customer service* agar dapat memahami keluhan dari konsumen.

- **Faktor Citra :**

1. Adanya promosi melalui media elektronik (contoh : televisi, radio,internet, e-mail, telepon).

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan promosi dengan gencar, misalnya dengan pemasangan iklan di siaran radio-radio yang menjadi favorit di kota Bandung ataupun pemasangan iklan di sela-sela acara berita sore ataupun malam dan sinetron mengingat yang menjadi konsumen Indovision berumur diantara 24-30 tahun.

Berikut merupakan usulan yang diberikan kepada perusahaan Indovision dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen TV Berlangganan pesaing untuk memahami alasan serta dapat menarik lebih banyak konsumen yang tidak menjadi konsumen TV Berlangganan Indovision sehingga dengan memberikan usulan ini diharapkan akan ada lebih banyak orang yang akan menjadi konsumen Indovision dan bukan yang pesaing, antara lain :

- **Faktor Produk :**

1. Inovasi terhadap pembuatan acara-acara baru.

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan inovasi terhadap pembuatan acara-acara baru yang hanya terdapat di TV Berlangganan Indovision dengan tujuan entertainment.

- **Faktor Pelayanan :**

1. Proses perbaikan dengan cepat.

Usulan : Disarankan perusahaan dapat melakukan perbaikan terhadap kerusakan ataupun perbaikan peralatan TV Berlangganan konsumen secara cepat dengan cara meningkatkan kualitas teknisi perusahaan.

2. Adanya pemberian hadiah souvenir

Usulan : Disarankan bagi perusahaan agar mengadakan pembagian souvenir pada *event-event* tertentu, mengadakan kuis, ataupun bagi konsumen yang baru menjadi pelanggan.

- **Faktor Personalia :**

1. Pelayanan teknisi secara konsisten terhadap pelanggan.

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan kepada sumber daya manusia yang ada sebelum sumber daya manusia tersebut berhubungan secara langsung dengan konsumen.

- **Faktor Citra :**

1. Adanya promosi melalui media cetak (contoh : koran, majalah).

Usulan : Perusahaan sebaiknya melakukan promosi dengan gencar melalui media cetak, misalnya dengan pemasangan iklan di koran-koran ataupun majalah seperti Kompas, Sindo, Femina, dan sebagainya mengingat konsumen TV Berlangganan berumur diantara 24-30 tahun.

- **Alasan memilih TV Berlangganan Pesaing :**

1. Biaya yang lebih murah

Usulan : Disarankan agar biaya paket tambahan lebih murah (karena biaya tambahan akan dibebankan bersamaan dengan biaya paket standar) agar lebih banyak konsumen yang tertarik untuk bergabung ke Indovision.

6.2 Saran

6.2.1 Bagi Indovision

Sebaiknya perusahaan melakukan *survey* secara berkala, seperti 3 bulan sekali, untuk dapat tetap memantau tingkat kepuasan konsumen dan kemungkinan munculnya kebutuhan ataupun tuntutan konsumen terhadap Indovision.

6.2.2 Untuk Penelitian Lebih Lanjut

- Adanya analisis lebih lanjut mengenai pesaing TV Berlangganan Indovision serta kepuasan konsumen TV Berlangganan pesaing.
- Sebaiknya untuk penelitian lebih lanjut, umur responden tidak dibatasi.
- Sebaiknya dapat ditanyakan *channel* TV apa saja yang dipilih oleh pengguna TV Berlangganan sebagai masukan usulan bagi Indovision.
- Adanya penelitian lebih lanjut mengenai perilaku konsumen Astro.
- Penelitian lebih lanjut dengan penurunan variabel dari bauran pemasaran.