

**BAB V****KESIMPULAN DAN SARAN****5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis para kinerja produk simpati (GSM) dan Esia (CDMA), serta didukung oleh data yang diperoleh melalui kuesioner, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dapat dilihat bahwa dari 80 responden yang mengisi kuesioner, responden esia terbanyak berjenis kelamin wanita 52.5% responden dan pria sebesar 47.5% responden, dan kebanyakan responden memiliki pengeluaran sebesar Rp 1.600.000 - Rp 2.000.000. Dan responden simpati terbanyak berjenis kelamin pria 55% responden dan wanita sebesar 45% responden, dan kebanyakan responden memiliki pengeluaran sebesar Rp 1.600.000 - Rp 2.000.000
2. Mahasiswa yang menggunakan *simcard* esia untuk jangka waktu selama 6-12 bulan sebesar 37.5% sebanyak 15 responden dan mahasiswa yang menggunakan *simcard* simpati untuk jangka waktu selama 6-12 bulan sebesar 40% sebanyak 16 responden. .
3. Konstruksi pertanyaan yang merupakan kinerja dari atribut produk simpati dan esia adalah reliabel, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.4 yang ditunjukkan dengan *Cronbach's Alpha* untuk esia sebesar  $0.961 > 0.60$  dan untuk simpati  $0.960 > 0.60$ .
4. Dari perhitungan SPSS 13.00 dengan metode Spearman, menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat erat antara kinerja produk simpati dan esia dengan kepuasan konsumennya untuk esia sebesar 0.965 dan untuk simpati sebesar

0.956. Sedangkan koefisien determinasi untuk esia sebesar 93.12 % sisanya 6.9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dan untuk simpati sebesar 0.91 % sisanya 8.6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara produk esia dengan kepuasan konsumennya dan produk simpati dengan kepuasan konsumennya.

5. Angka probabilitas 0.000 lebih kecil dari 0.05, yang menunjukkan  $H_0$  ditolak dan berarti  $H_1$  diterima, maka didapatkan hasil pengujian SPSS 13.00 bahwa produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumennya, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.5.

Selain itu juga melalui kuesioner yang telah diolah, dapat bermanfaat untuk menemukan kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam pengaruh produk simpati dan esia sehingga bisa diberikan saran perbaikan untuk kemajuan perusahaan.

## 5.2 SARAN

Penelitian ini diakhiri dengan beberapa saran yang kiranya dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam memenuhi kepuasan produk simpati dan esia dan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya. Saran yang disampaikan pada perusahaan :

1. Sebagai perusahaan yang sudah lama bergerak dalam bisnis telekomunikasi, perusahaan harus dapat menawarkan produk dengan atribut yang benar-benar dapat menjadi keinginan konsumen berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Sehingga diharapkan perusahaan dapat mengetahui dengan pasti atribut-atribut apa saja yang menjadi titik pertimbangan konsumen dalam memilih dan membeli sebuah ponsel sehingga pihak perusahaan dapat merancang dan

meluncurkan produk (pengembangan produk baru) yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan maupun selera konsumen.

2. Perusahaan harus terus selalu melakukan inovasi pada produk-produk, baik inovasi dari produk yang sudah ada maupun yang akan diluncurkan ke pasar disamping juga terus melakukan perbaikan terhadap kinerja kualitas produk yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dan didukung oleh *service* yang memuaskan.