



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

1. Operator seluler CDMA telah melaksanakan *co branding* dengan cukup baik, terlihat dari tanggapan pengguna yang pada umumnya menilai *co branding* yang dilaksanakan oleh operator seluler CDMA cukup tepat dan sesuai, baik dilihat dari kepercayaan pengguna terhadap *partner* merek yang memiliki prosentase terbesar dari kedua indikator lainnya yaitu pengalaman terhadap penggunaan *hand set*, maupun pemilihan *partner co branding* yang dipilih oleh masing-masing operator CDMA.
2. Operator seluler CDMA telah melaksanakan program promosi penjualan dengan cukup baik, terlihat dari tanggapan pengguna yang pada umumnya menilai promosi penjualan yang dilaksanakan oleh operator seluler CDMA cukup tepat, jelas dan menarik, baik dilihat dari tujuan promosi penjualan, pesan yang disampaikan melalui promosi penjualan, maupun media promosi penjualan yang memiliki prosentase terbesar dibandingkan lainnya.
3. Tingkat keputusan menggunakan operator seluler CDMA sudah cukup baik, terlihat dari tanggapan pengguna yang pada umumnya menilai keputusan menggunakan cukup tinggi baik dilihat dari keputusan menggunakan berdasarkan pilihan produk yang memiliki prosentase terbesar dibandingkan indikator yang lainnya seperti pilihan merek, berdasarkan saluran distribusi, waktu pembelian dan frekuensi pembelian.

4. Pelaksanaan *co branding* dan promosi penjualan memberikan pengaruh yang positif dan cukup signifikan terhadap keputusan menggunakan operator seluler CDMA yang termasuk dalam kategori cukup kuat. Adapun pengaruh lain merupakan faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian, salah satunya melalui atribut produk dan penetapan harga. Hal ini menunjukkan operator harus terus meningkatkan kualitas pelaksanaan *co branding* dan promosi penjualan untuk meningkatkan keputusan menggunakan operator seluler CDMA.

5.2 Rekomendasi

1. Pelaksanaan *co branding* harus diperbaiki kearah yang lebih baik, terutama dalam hal pemilihan *partner* merek yang tepat sehingga pengguna mendapatkan pengalaman yang berkesan terhadap pemakaian *hand set* yang dijadikan *partner co branding*. Saat ini masing-masing operator CDMA telah melakukan *co branding* seperti Flexi dengan Nokia dan Sanex, Esia dengan Nexian, dan Fren dengan Samsung. Pemilihan *partner* merek yang tepat sangat penting agar kedua belah pihak sama-sama memperoleh keuntungan. Memilih *partner* merek yang sudah memiliki citra merek yang kuat dan baik di benak konsumen merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan *partner* merek.
2. Pelaksanaan promosi penjualan yang dilakukan oleh operator seluler CDMA pada umumnya sudah cukup baik namun tetap memerlukan perbaikan, terutama dalam hal media promosi penjualan melalui pemberian hadiah dan kuis SMS yang diselenggarakan. Perbaikan dapat dilakukan dengan cara memberikan hadiah yang lebih menarik bagi pengguna seperti aksesoris ponsel dan dalam

menyelenggarakan kuis SMS tarif pulsa yang digunakan sebaiknya tarif pulsa standar sehingga para pengguna tertarik untuk mengikutinya.

3. Keputusan menggunakan operator seluler CDMA pada umumnya sudah cukup baik, namun pada daya tarik desain dan warna perlu diperhatikan terutama dalam pemilihan partner handset. Kemenarikan desain dan warna ini meliputi desain dan warna *stater pack*, *voucher* isi ulang, maupun ponsel yang dijadikan *partner co branding*. Pembuatan desain dan warna yang menarik sangat penting, karena kebanyakan konsumen akan tertarik pada saat pertama melihat fisik produk yang inovatif . Perbaikan desain dapat dilakukan dengan membuat desain baik *starter pack* maupun *voucher* yang beda dan unik jangan hanya terpatok pada bentuk kartu saja. Kemudian warna yang lebih menarik konsumen biasanya adalah warna-warna terang. Desain dan warna ponsel yang dijadikan *partner co branding* juga perlu diperhatikan. Saat ini desain dan warna ponsel yang tersedia memang masih standar bahkan modelnya kaku seperti model ponsel GSM waktu pertama keluar. Hal ini dapat diperbaiki dengan merubah desain dan warna ponsel seperti ponsel GSM sekarang ini, banyak bentuk dan ragamnya sehingga konsumen merasa tertarik untuk menggunakan CDMA.
4. *Co branding* dan promosi penjualan pada umumnya mempengaruhi keputusan menggunakan operator seluler CDMA, namun *co branding* memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan dengan promosi penjualan. Agar *co branding* lebih efektif dalam mempengaruhi konsumen untuk menggunakan operator seluler CDMA maka dapat dilakukan dengan cara memilih partner merek yang sudah memiliki citra merek yang kuat dan baik sehingga

konsumen percaya dan merasa tertarik untuk menggunakan operator seluler CDMA.

5. Operator seluler CDMA harus banyak melakukan inovasi dan kemudahan dalam menggunakan ponsel CDMA ke arah yang lebih baik lagi dalam dan memenuhi selera usia muda yaitu 21-25 tahun dengan memilih partner handset yang memiliki citra merek kuat pada benak pengguna, selain itu promosi penjualan dapat ditingkatkan dengan pesan yang jelas dan lebih menarik untuk disimak serta media yang banyak memberikan kemudahan dan keuntungan kepada pengguna baik untuk pria dan wanita.



