

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh atribut produk dan harga terhadap *customer value* pada konsumen telepon seluler Siemens Bandung Elektronik Center (BEC), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis secara umum atribut produk telepon seluler Siemens dinilai kurang baik oleh para pengguna telepon seluler Siemens. Hal ini terlihat dari terdapatnya tanggapan yang negatif oleh responden yang merasa bahwa atribut produk telepon seluler Siemens belum dapat memenuhi keinginan dan kepuasan mereka baik dari segi kualitas produk, fitur produk dan desain produk. Tetapi telepon seluler Siemens juga masih memiliki beberapa kelebihan. Berdasarkan hasil penelitian kelebihan telepon seluler Siemens dari dimensi kualitas produk adalah dari indikator *easy of use* dimana banyak responden yang menilai telepon seluler Siemens mudah untuk digunakan.
2. Hasil analisis secara keseluruhan tanggapan responden mengenai harga telepon seluler Siemens dilihat dari dimensi *List Price, Discount, Allowance, Payment period, Credit term* menunjukkan bahwa harga telepon seluler Siemens belum cukup baik. Tetapi telepon seluler Siemens juga masih memiliki beberapa kelebihan. Berdasarkan hasil penelitian kelebihan telepon seluler Siemens dari dimensi *List Price* dimana responden merasa daftar harga yang ditawarkan terhadap telepon seluler Siemens cukup lengkap atau tersedia dengan cukup baik.

3. Hasil analisis secara keseluruhan tanggapan responden mengenai nilai pelanggan telepon seluler Siemens yang di indentifikasi oleh *Total Nilai pelanggan*(*Image Value, Personel Value, Services Value, dan Product Value*) dan *Total Customer Cost* (*Physic Cost, Energy Cost, Time Cost dan Monetary Cost*) cukup baik. Tetapi telepon seluler Siemens juga masih memiliki beberapa kekurangan. Berdasarkan hasil penelitian secara *total Nilai pelanggan* kekurangan telepon seluler Siemens yang masih dirasakan oleh responden adalah dari segi *image value, services value, personel value*. Sedangkan secara *total customer cost* kekurangan telepon seluler Siemens adalah dari segi *monetary cost*. Sedangkan hasil nilai pelanggan secara rasionalnya menurut rumus dimana *Total Nilai pelanggan* dibagi dengan *Total Customer Cost* didapat bahwa nilai pelanggan yang dirasakan oleh 100 responden tersebut dari telepon seluler Siemens hanya mempunyai nilai lebih 000,387% dari kriteria yang ditetapkan.
4. Atribut produk telepon seluler Siemens berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan dengan tingkat pengaruh yang lemah atau rendah dan Harga telepon seluler Siemens berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan dengan tingkat pengaruh yang lemah atau rendah. Atribut produk dan harga telepon seluler Siemens secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh atribut produk dan harga terhadap nilai pelanggan pada telepon seluler Siemens memiliki hubungan yang lemah atau rendah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai

korelasi yang hanya 0,255. Sedangkan besarnya pengaruh atribut produk dan harga secara bersama-sama terhadap nilai pelanggan Cuma 6,5%.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dengan meningkatkan fungsi atribut produk dan harga akan meningkatkan nilai pelanggan dari telepon seluler Siemens. Artinya jika atribut produk dinaikkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan nilai pelanggan sebesar 0,014603 begitu pula pada harga yang dengan meningkatkan satu satuan maka akan meningkatkan nilai pelanggan sebesar 0,238425.

Sebagian besar tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya adalah bagaimana perusahaan mampu menarik perhatian konsumen dengan memberikan suatu nilai lebih dari produknya melebihi apa yang menjadi keinginan konsumennya sehingga konsumen akan menjadi loyal dan dapat menghambat kekuatan dari produk-produk kompetitor yang lama maupun pendatang baru dan juga bagi produk-produk pengganti (substitusi) yang tersedia dipasar.

5.2 Saran

1. Untuk melakukan studi penelitian rutin terhadap atribut produk telepon seluler yang akan dikeluarkan dengan mempertimbangkan apa yang menjadi keinginan konsumen. Sehingga diharapkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat menciptakan suatu inovasi baru dalam telepon seluler sehingga konsumen merasa puas dengan inovasi atribut produk yang diberikan. Inovasi ini terutama sekali yang harus dilakukan segera yaitu pada

peningkatan kualitas produk, fitur produk dan design produk seperti dengan memberikan inovasi pada teknologinya seperti menggunakan Triband GSM, layar sentuh, Wi-fi, Java dll.

2. Diharapkan selain menawarkan telepon seluler yang murah perusahaan BenQ-Siemens sebagai pemasok telepon seluler Siemens juga memberikan suatu inovasi baru dalam memudahkan konsumen dalam mendapatkan telepon seluler Siemens yang ada. Kemudahan yang dapat dilakukan perusahaan BenQ-Siemens sendiri diantaranya dengan memberikan suatu system pembayaran yang mudah bagi konsumen seperti dengan cara sistem kredit, *counter* yang mudah didatangi dll.
3. Untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan nilai pelanggan yang akan diberikan oleh telepon seluler Siemens kepada konsumen. Hal ini dikarenakan masih banyaknya responden yang mengharapkan ditingkatkannya nilai pelanggan yang diterima dari pembelian dan pemakaian telepon seluler Siemens.
4. Perusahaan BenQ-Siemens harus fokus dalam memproduksi dan memasarkan telepon seluler yang dikeluarkan dengan memberikan inovasi-inovasi baru pada telepon selulernya dan mengenalkannya kepada konsumen dengan meningkatkan penyampaian informasi kepada konsumen melalui media elektronik (TV, Radio dan Internet) dan media cetak (Koran, Majalah dan Billboard).