

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh fitur yang meliputi keragaman, kualitas, kepentingan, dan kelengkapan terhadap keputusan pembelian konsumen *simcard* dan berdasarkan teori, data, pengolahan, dan analisis data, serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai tanggapan pengguna *simcard* Fren terhadap fitur yang terdiri dari keragaman, kualitas, kepentingan, dan kelengkapan berada pada kontinum yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengakui kalau fitur yang dimiliki oleh *simcard* Fren saat ini beragam, berkualitas, sesuai kepentingan konsumen, dan lebih lengkap. Dimana keragaman memperoleh skor tertinggi responden merasa bahwa fitur-fitur yang dihadirkan oleh *simcard* Fren telah sesuai dengan gaya hidup sehingga dapat digunakan oleh siapa saja. Sedangkan untuk kelengkapan memperoleh skor terendah karena masih adanya fitur yang belum dimanfaatkan secara maksimal hal ini dikarenakan kurangnya informasi mengenai manfaat fitur-fitur tersebut.
- 2) Gambaran keputusan pembelian konsumen berdasarkan hasil pengolahan data mengenai tanggapan pengguna *simcard* Fren terhadap keputusan pembelian konsumen, diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen berada pada daerah kontinum yang rendah. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi mengenai layanan produk yang dimiliki oleh *simcard* Fren, karena selama ini mereka lebih gencar memberikan informasi tarif harga (perang tarif). Sehingga responden menganggap bahwa *simcard* Fren sama dengan CDMA lainnya, oleh karenanya tingkat keputusan pembelinya masih rendah, dan

hampir sebagian besar responden memiliki tingkat loyalitas yang rendah. dari enam indikator keputusan pembelian konsumen yang meliputi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran distribusi, penentuan waktu pembelian, penentuan jumlah pembelian, dan metode pembayaran diketahui bahwa penentuan jumlah pembelian memperoleh skor tertinggi, hal ini dikarenakan responden menganggap bahwa dalam memutuskan untuk membeli jumlah pembelian merupakan pertimbangan paling utama. Sedangkan penentuan metode pembayaran memperoleh skor terendah karena metode pembayaran kurang dipertimbangkan dalam memutuskan untuk membeli, metode pembayaran disesuaikan dengan keefektifan dan keefisienan keadaan pembeli. Sebagian besar pelanggan lebih menggunakan metode pembayaran secara langsung yaitu dengan membeli *voucher* dan yang menggunakan pelayanan COT masih sedikit hal ini dikarenakan tidak semua pelanggan memiliki rekening di bank yang ditunjuk untuk melakukan transaksi tersebut.

- 3) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh fitur yang meliputi keragaman, kualitas, kepentingan, dan kelengkapan terhadap keputusan pembelian konsumen diketahui bahwa keragaman, kualitas, kepentingan, dan kelengkapan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini kualitas memiliki pengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian konsumen dan kelengkapan mendapatkan pengaruh terkecil.

5.1. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan pada *simcard* Fren, maka penulis ingin mengajukan beberapa saran yang kiranya dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam melaksanakan fitur produk yang baik di masa yang akan datang. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Untuk fitur produk secara umum sudah dinilai baik oleh responden, namun dari sisi kemudahan dalam mengakses fitur masih memiliki nilai/skor terendah, oleh karena itu sebaiknya pihak perusahaan perlu melakukan perbaikan ulang program pelayanannya. Meskipun teknologi yang dimiliki oleh Fren merupakan teknologi tercanggih diantara CDMA lainnya, akan tetapi jika pelayanannya kurang memuaskan maka kemungkinan besar pelanggan akan memilih operator lain. Karena bagaimanapun dan secanggih apapun teknologi tetap memerlukan pelayanan yang lebih karena perusahaan ini bergerak dalam bidang jasa.
2. Meningkatkan komunikasi dengan pelanggan mengenai semua program-program yang akan dijalankan perusahaan terhadap konsumen terutama yang berkaitan dengan fitur, sehingga dengan komunikasi ini diharapkan para pelanggan memperoleh seluruh informasi *simcard* Fren termasuk manfaat fitur-fitur dihadirkan. Sehingga konsumen dalam melakukan pembeliannya tidak hanya mempertimbangkan dalam segi tarif saja akan tetapi mempertimbangkan dari segi fitur juga. Dengan demikian pelanggan Fren pun dapat memberikan rekomendasi bagi konsumen lainnya. Komunikasi ini dapat dilakukan melalui promosi, atau misalnya dengan membuka *line* khusus untuk memberikan informasi-informasi terbaru mengenai Fren termasuk fitur-fitur, selain *customer service*.
3. Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa masih terdapat faktor lain yakni 68,4% yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, oleh karena itu penulis menyarankan agar pihak perusahaan mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan melalui dua riset yaitu riset pasar dan riset produk. Riset pasar untuk mengetahui faktor apa yang menjadi kebutuhan utama konsumen tentang fitur-fitur yang diharapkan, dan riset produk untuk menjadikan *leader* dikelasnya.

Kedua riset tersebut juga digunakan untuk memotret kebutuhan konsumen dimasa yang akan datang.



