

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasar hasil penelitian terhadap 125 responden yang memilih menggunakan kartu SimPATI di Yogyakarta yang telah dibahas dan dianalisa secara kuantitatif dan kualitatif dengan uji indeks sikap dalam bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan *Uji Indeks Sikap* dapat disimpulkan bahwa:
 - Penilaian sikap responden sangat baik terhadap harga/tarif kartu selular SimPATI di Yogyakarta adalah 4,5760, terletak pada daerah penerimaan $5 > S_j \geq 4$, dan menduduki rangking pertama dari segi penilaian sikap konsumen. Kemudian urutan kedua dan seterusnya adalah sebagai berikut: Fasilitas kartu selular, pelayanan kartu selular, dan promosi kartu selular mendapat penilaian sikap baik oleh responden (terletak pada daerah penerimaan $4 > S_j \geq 3$).
2. Atribut pemasaran yang paling dominan mempengaruhi motivasi konsumen dalam keputusan pemilihan kartu selular SimPATI di Yogyakarta adalah atribut pemasaran berdasarkan harga/tarif kartu selular, yaitu sebanyak 40 responden (32%) memutuskan memilih kartu selular SimPATI karena harga/tarifnya dianggap sangat murah (sudah sesuai). Harga/tarif yang ditetapkan oleh kartu SimPATI memang dilihat sangat murah bila dibandingkan dengan kartu selular lainnya baik dalam

harga kartu perdana maupun voucher isi ulangnya, sehingga sangat mempengaruhi dan pendorong utama motivasi konsumen untuk memilih sangat besar.

5.2. Saran-saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh dari analisa serta dari apa yang dilihat dan diamati penulis pada saat penelitian, maka saran-saran yang dapat dikemukakan di sini mungkin dapat membantu dalam mengambil langkah-langkah perbaikan di masa yang akan datang, yaitu:

1. Harga/tarif kartu SimPATI yang sudah sesuai tersebut sebaiknya tetap dipertahankan dan tidak perlu ada usaha untuk menaikkan harga/tarif yang sudah berlaku saat ini, karena harga/tarif kartu selular merupakan pendorong utama bagi konsumen dan dapat mempengaruhi motivasinya untuk memilih kartu SimPATI di Yogyakarta.
2. Fasilitas yang diberikan bagi para pengguna kartu selular harus terus ditingkatkan dan dikembangkan lagi, sehingga fasilitas yang terdapat pada kartu selular tersebut terus bertambah dan dikembangkan lebih baik lagi. Dengan demikian konsumen akan semakin puas dan termotivasi untuk memilih kartu selular yang memberikan fasilitas lebih banyak dibandingkan kartu selular yang lain.
3. Service atau pelayanan kartu selular terhadap para konsumen harus terus ditingkatkan untuk menghindari ketidakpuasan para konsumen (*complain*), karena sebagian besar responden menilai bahwa

pelayanan/service yang diberikan tersebut penting dan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan kartu selular. Pelayanan/service yang kurang baik yang dirasakan konsumen dapat menyebabkan ketidakpuasan dalam diri konsumen. Untuk itu perusahaan jasa kartu selular harus benar-benar memperhatikan dan memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin dan terbaik buat pelanggannya.

4. Kartu SimPATI harus lebih meningkatkan promosi kepada konsumen mengingat makin banyaknya perusahaan kartu selular baru yang bermunculan dan menawarkan berbagai keunggulan produknya, sehingga konsumen yang telah menggunakan kartu selular SimPATI tetap yakin akan kelebihan dan keunggulan kartu SimPATI dan bagi konsumen yang belum tahu promosi tersebut dimaksudkan untuk memberi informasi belum benar mengenai berbagai hal tentang kartu SimPATI, baik mengenai jenis produk, fasilitas, pelayanan dan harga/tarif yang diberlakukan. Promosi tersebut dapat dilakukan melalui media cetak maupun elektronik serta spanduk atau billboard yang dipasang di berbagai tempat strategi di jalan. Dengan adanya promosi yang gencar dilakukan, lama kelamaan image kartu SimPATI akan terbangun dengan sendirinya dalam diri konsumennya sehingga akan terbentuk brand merek dalam dirinya.