

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

- 1 Hasil analisis deskriptif ini diantaranya yaitu:
 - a. Berdasarkan hasil perhitungan variabel atribut produk dapat memberikan gambaran bahwa operator seluler Telkomsel mempunyai aspek – aspek atribut produk yang cukup baik dibandingkan dengan Indosat yang mendapat penilaian di bawah rata – rata. Namun cukup banyak juga dari kedua operator seluler ini yang mengindikasikan keraguan dari para responden dengan banyaknya pilihan “biasa saja” dari kedua produk. Tetapi Indosat menunjukkan keunggulan dari segi design produk di banding Telkomsel. Tetapi dari keseluruhan menggambarkan bahwa Indosat memiliki atribut produk yang kurang baik dalam segi kualitas produk secara keseluruhan di banding Telkomsel yang unggul secara signifikan.
 - b. Pada variabel harga seluruh item pernyataan direspon negative oleh responden baik untuk Indosat maupun Telkomsel. Dari kesesuaian tarif yang di berlakukan dengan kualitas jaringan dan lain – lain untuk Indosat dan pemberlakuan tarif yang terlampau

tinggi untuk Telkomsel. Begitu pula masih jarang diberikannya promo pemotongan tarif yang menguntungkan untuk para pengguna diberlakukan oleh kedua operator seluler. Mereka cenderung memberikan promo dengan syarat yang memberatkan para penggunanya yang justru merepotkan penggunanya

- c. Berdasarkan pada perhitungan variabel *variety seeking* operator seluler Telkomsel mempunyai penilaian yang lebih baik daripada Indosat. Namun para pengguna Telkomsel memiliki kecenderungan ragu – ragu yang paling mendominasi walaupun pada pernyataan terakhir mengenai kecenderungan untuk mencari variasi tidak banyak justru banyak yang bertahan. Lain halnya dengan Indosat yang banyak mendapat respon negatif dan kecenderungan untuk mencari variasi pun lebih besar.
- d. Pada variabel *brand switching* kecenderungan bahwa Telkomsel lebih baik dari Indosat pun terlihat disini. Namun dari segi kreatifitas *marketing* sebagian besar responden lebih mengunggulkan Indosat daripada Telkomsel. Tetapi sayangnya sekali dari segi kualitas dan lain sebagainya Telkomsel masih mendominasi. Tingkat *brand switching* pengguna Indosat pun lebih tinggi yang bisa saja mengindikasikan bahwa kecenderungan pengguna Indosat pindah ke operator seluler lain pun terlihat. Namun sepertinya pelanggan setia Indosat pun masih setia dengan Indosat yang dengan sabar menanti

perbaikan kualitas. Begitu pun pengguna Telkomsel yang walaupun secara kualitas lebih baik namun penggunanya menyarankan untuk mengoreksi kembali kebijakan tarif yang diberlakukan.

2. Variabel atribut produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand switching* dalam Indosat dan Telkomsel. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0.05. Pada Indosat pengaruh atribut produk terhadap *brand switching* sebesar 58,5 %, sedangkan pengaruh atribut produk terhadap perpindahan merek pada Telkomsel sebesar 33,9%.
3. Variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand switching* dalam Indosat dan Telkomsel. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0.05. Pada Indosat pengaruh harga terhadap *brand switching* sebesar 37,8 %, sedangkan pengaruh harga terhadap perpindahan merek pada Telkomsel sebesar 25,7%.
4. Variabel *variety seeking* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand switching* dalam Indosat dan Telkomsel. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0.05. Pada Indosat pengaruh *variety seeking* terhadap *brand switching* sebesar 27,6 %, sedangkan pengaruh *variety seeking* terhadap perpindahan merek pada Telkomsel sebesar 41%.

5. Variabel atribut produk, harga, dan *variety seeking* secara bersamaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand switching* baik Indosat maupun Telkomsel. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0.05. Pengaruh atribut produk, harga dan *variety seeking* terhadap *brand switching* untuk Indosat sebesar 72,8 %, sedangkan untuk Telkomsel pengaruh atribut produk, harga dan *variety seeking* terhadap *brand switching* sebesar 41,6%.

5.2 Implikasi

Hasil analisis menyatakan atribut produk, harga dan *variety seeking* berpengaruh terhadap *brand switching*, dan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan adalah sebagai berikut :

- Atribut Produk (Indosat)
 - Kinerja produk dirasa masih sangat mengecewakan. Dalam hal ini Indosat perlu sangat berkerja keras dalam mengatasi masalah yang sangat serius ini dan mencari tahu akar masalah dari penurunan kinerja salah satu operator terbesar di Indonesia ini. Pada dasarnya kinerja atau performa produk dalam penggunaannya merupakan tahap penilaian seorang konsumen dalam menggunakan produk tersebut atau berpindah ke produk yang lain.
 - Indosat terlalu sering bermasalah. Perlunya penanganan yang cepat dan sistem yang baik guna me *maintenance* kualitas dari operator. Karena pada dasarnya seringkali operator yang bermasalah sering kali membuat pelanggan tidak nyaman.

➤ Atribut Produk (Telkomsel)

- Kinerja dari Telkomsel sudah baik. Kualitas yang baik ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan demi menjaga penilaian yang sudah baik ini terus dipegang oleh Telkomsel. Seperti kecepatan data akses internet maupun kualitas yang dirasakan pengguna saat melakukan komunikasi seperti SMS atau telepon.
- Telkomsel jarang mengalami masalah. Hal ini pun menjadi catatan yang baik karena pada dasarnya operator seluler yang baik adalah operator seluler yang tidak mengalami masalah. Walaupun Telkomsel tetap ada kecenderungan mengalami masalah namun dengan terus menjaga *maintainance* produk akan terus menjaga muka Telkomsel kepada para penggunanya.

➤ Harga (Indosat)

- Tarif harga dan kualitas kinerja Indosat masih belum cukup baik. Hal ini biasanya menyangkut kualitas pengalaman komunikasi yang masih dirasa kurang dan tak sebanding dengan harga yang ditarifkan.
- Potongan tarif atau promo – promo menarik jarang diberikan. Hal ini dirasa cukup mengecewakan karena pada dasarnya ini cukup vital dilakukan jika ingin mempertahankan pengguna lama dan menarik pengguna baru. Apalagi jika diimbangi dengan inovasi yang variatif yang semakin membuat para pengguna penasaran dan ingin menikmati sensasi pelayanan inovatif tersebut.

➤ Harga (Telkomsel)

- Kesesuaian antara tarif harga dan kualitas masih kurang. Walaupun kualitas Telkomsel bisa dibilang baik namun harga yang diberikan oleh Telkomsel masih terlampau mahal. Dan para penggunanya mengeluhkan hal ini. Ini bisa menjadi poin penting untuk diperhatikan karena perpindahan merek terjadi bukan saja terjadi pada kualitas yang buruk tetapi juga harga yang terlampau tinggi. Perlu pertimbangan antara kualitas kinerja dan tarif harga yang terjangkau.
- Tidak terlalu seringnya Telkomsel memberlakukan potongan tarif harga layanan. Hal ini dirasa sangat mengecewakan karena pada dasarnya ini cukup vital dilakukan jika ingin mempertahankan pengguna lama dan menarik pengguna baru. Dengan kualitas yang baik dirasa belum cukup apabila tarif masih sangat mahal dan sulit dijangkau semua kalangan.

➤ *Variety seeking* (Indosat)

- Perlunya variasi inovasi promo dan layanan. Hal ini perlu dilakukan agar para pengguna operator seluler lebih mendapat variasi yang membuat mereka merasa nyaman terhadap operator Indosat. Serta tak merasa jenuh dengan paket yang justru membuat mereka tak nyaman dengan syarat yang tak masuk akal.
- Perlunya mendengar keluhan kesah para penggunanya terhadap layanan atau promo yang diinginkan. Hal ini dimaksudkan agar Indosat tak perlu membuat layanan atau promo yang sebenarnya tak diinginkan

oleh pengguna dan lebih merealisasikan apa yang diinginkan oleh penggunannya.

➤ *Variety seeking* (Telkomsel)

- Perlunya variasi inovasi dari Telkomsel untuk promo dan layanan komunikasinya. Hal ini untuk meminimalisir pindahnya pengguna Telkomsel mencari variasi layanan lain.
- Perlu mempertimbangkan kembali tarif harga. Ini untuk mengatasi respon dari para pengguna Telkomsel yang mengeluhkan tarif harga tinggi yang diberlakukan oleh Telkomsel. Untuk itu diperlukan antisipasi dari Telkomsel itu sendiri.

➤ *Brand Switching* (Indosat)

- Kualitas jaringan serta sinyalnya menurut para responden buruk. Mereka beranggapan bahwa kecepatan data saat mereka menggunakannya untuk mengunduh atau mengupload dengan operator Indosat sangat tidak memuaskan. Ini disayangkan karena operator Indosat merupakan salah satu operator terbesar di Indonesia. Seharusnya mereka lebih memperhatikan hal seperti ini agar para pengguna setianya bisa nyaman saat menggunakan Indosat. Seperti memperbaiki jaringan sinyalnya, mempercepat akses internetnya dan meningkatkan kualitas fitur layanan.
- Indosat tidak terlalu baik di mata mereka sangat tipis. Ini menandakan bahwa Indosat harus lebih banyak berbenah lagi meneliti apa sebenarnya yang dikeluhkan masyarakat kepada Indosat secara

umumnya. Sehingga pamor Indosat nantinya dapat lebih baik lagi di mata para pengguna setianya.

➤ *Brand Switching* (Telkomsel)

- Telkomsel sudah mendapat pengakuan baik dari para penggunanya bahwa kualitas jaringan serta sinyalnya sudah mencakup dimana mana. Sehingga dengan mempertahankan kualitas yang sudah ada serta berinovasi berkembang terus secara berkelanjutan maka nantinya akan membawa Telkomsel menguasai pangsa pasar operator seluler di Indonesia. Apalagi jika masalah tarif yang menjadi konsen Telkomsel dapat teratasi dengan baik. Maka pengaruh yang terjadi akan lebih membawa dampak yang baik untuk Telkomsel kedepannya.
- Telkomsel memiliki reputasi yang baik di mata mereka. Reputasi ini perlu mereka jaga agar dapat selalu menjadi operator seluler pilihan masyarakat umum bukan segelintir golongan. Telkomsel harus terus mendengar keluhan dan memperbaikinya serta berinovasi dengan baik kedepannya. Telkomsel juga harus lebih menyesuaikan tarif mereka dengan mengacu pada keadaan masyarakat umum dan tidak hanya berpatokan pada salah satu golongan saja. Ini dimaksudkan agar Telkomsel dapat berkembang lebih luas lagi nantinya.

5.3 Saran

5.3.1 Saran operasional untuk Indosat

- a Indosat harus memperhatikan kualitas kecepatan datanya. Karena ini sangat berpengaruh terhadap keseluruhan kualitas Indosat.
- b Sistem operasional seperti telepon dan sms harus lebih diperhatikan Indosat.
- c Lebih spesifik dan membuat *simple* syarat dan ketentuan dalam promo yang bersifat menguntungkan konsumen.
- d Indosat perlu sangat berkerja keras dalam mengatasi masalah yang sangat serius dalam mencari tahu akar masalah dari penurunan kinerja dan kenyamanan konsumen dalam menggunakan Indosat.
- e Indosat terlalu sering bermasalah. Perlunya penanganan yang cepat dan sistem yang baik guna menjaga kualitas dari operator.
- f Tarif harga Indosat yang masih cukup tinggi tidak sebanding dengan pengalaman penggunaan dan kualitas yang didapat saat melakukan kegiatan telekomunikasi atau mengakses data internet yang kualitasnya rendah.
- g Potongan tarif Indosat atau promo – promo menarik jarang diberikan. Hal ini dirasa cukup mengecewakan karena pada dasarnya ini cukup vital dilakukan jika ingin mempertahankan pengguna lama dan menarik pengguna baru.
- h Indosat perlu menyediakan paket yang bersahabat dengan kantong masyarakat namun dengan keunggulan serta kualitas yang baik.

- i Perluasan jaringan sinyal Indosat yang menyeluruh di seluruh wilayah Indonesia.
- j Perlunya penanganan keluhan yang cepat dan petugas yang sabar serta ramah dalam melayani pelanggannya.
- k Menambah jumlah BTS (*Base Transmission Station*) di daerah-daerah jangan hanya dikota-kota besar saja, dan menambah *bandwidth* atau besaran laju transfer data agar memiliki kualitas sinyal, jaringan, daerah jangkauan dan kecepatan internet yang lebih baik lagi.

5.3.2 Saran operasional untuk Telkomsel

- a Telkomsel perlu cara *marketing* lebih kreatif dan efisien.
- b Telkomsel perlu mengkaji kembali tarif harga telpon, sms dan berbagai sistem operasionalnya.
- c Telkomsel perlu lebih banyak memberlakukan potongan tarif seperti promo atau promo paket data.
- d Kualitas Telkomsel bisa dibilang baik namun harga yang diberikan oleh Telkomsel masih terlampau mahal.
- e Perlunya variasi inovasi dari Telkomsel untuk promo dan layanan komunikasinya. Hal ini untuk meminimalisir pindahnya pengguna Telkomsel mencari variasi layanan lain.
- f Perlu penanganan yang ramah dan cepat mengenai keluhan.
- g Perlunya paket data yang menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat Indonesia.

5.3.3 Saran bagi penelitian selanjutnya

- a Peneliti lain perlu membahas mengenai kecenderungan perpindahan merek di operator seluler lain, seperti Tri, Axis dan lain sebagainya.
- b Perlunya penelitian variabel lain diluar variabel atribut produk, persepsi harga dan *variety seeking* dalam cakupan kecenderungan *brand switching*.
- c Perlunya penambahan area penelitian, agar data yang diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik lagi.