

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah secara keseluruhan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut yang membedakan persepsi konsumen terhadap merek *smartphone* adalah atribut kualitas grafis, tidak sering *crash*, tidak sering *hang*, tidak sering *lag*, kapasitas baterai, kualitas gambar yang ditangkap/diambil, kualitas suara, fitur yang mudah digunakan, fitur yang membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen, fitur yang tidak dimiliki oleh merek lainnya, ukuran yang nyaman digunakan, bentuk *smartphone* yang khas, harga beli yang terjangkau, serta harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.
2. Atribut-atribut yang dinilai oleh responden tersebar dalam empat kuadran. Samsung yang berada di kuadran I memiliki karakteristik yang menonjol pada atribut kualitas grafis, kualitas gambar yang ditangkap/diambil, fitur yang membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen, dan bentuk *smartphone* yang khas.
3. Blackberry yang berada di kuadran II memiliki karakteristik yang menonjol pada atribut kualitas suara, fitur yang mudah digunakan, ukuran yang nyaman digunakan, dan harga beli yang terjangkau.

4. Nokia dan Smartfren yang berada di kuadran III memiliki karakteristik yang menonjol pada atribut tidak sering lag, kapasitas baterai, serta harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.
5. Iphone yang berada pada kuadran IV memiliki karakteristik yang menonjol pada atribut tidak sering crash, tidak sering hang, fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya.

5.2. Saran

Berikut ini beberapa saran yang mungkin dapat menjadi masukan bagi pengembangan perusahaan.

1. Untuk *smartphone* merek Samsung, hal yang perlu diperhatikan adalah masih banyak konsumen yang merasa bahwa produk *smartphone* merek Samsung sering mengalami *lag*, maka dari itu mungkin untuk kedepannya perlu adanya peningkatan kualitas prosesor yang lebih menunjang untuk mengurangi frekuensi *lag* produk. Konsumen juga masih merasa bahwa harga yang produk *smartphone* merek Samsung masih relatif mahal dimana sebagian besar konsumen merasa harga yang mahal tersebut belum/tidak sesuai dengan manfaat yang dimiliki oleh produk. Maka dari itu, mungkin untuk kedepannya perlu adanya strategi penetapan harga untuk mencari harga yang pas untuk produk *smartphone* merek Samsung. Namun, persepsi konsumen terhadap produk *smartphone* milik Samsung secara keseluruhan sudah baik, maka dari itu perlu adanya cara untuk mempertahankan dan

meningkatkan kualitas serta inovasi berkelanjutan sehingga konsumen akan terus merasa puas dan loyal di masa mendatang.

2. Untuk *smartphone* Blackberry, hal yang perlu diperhatikan adalah fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya. Salah satu fitur khas yang pernah dimiliki Blackberry adalah BBM (Black Berry Messenger). Namun saat ini fitur tersebut tidak lagi menjadi fitur khas dari *smartphone* Blackberry karena hampir setiap *smartphone* memiliki fitur tersebut. Maka dari itu perlu adanya inovasi dari pihak Blackberry untuk kembali memunculkan fitur khusus yang akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen di masa mendatang. Selain itu, kemampuan prosesor *smartphone* merek Blackberry juga masih membutuhkan perhatian karena menurut data hasil survey, konsumen merasa bahwa *smartphone* merek Blackberry yang paling sering mengalami *lag*.
3. Untuk *smartphone* Nokia, hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas gambar yang ditangkap karena berdasarkan hasil survey kualitas gambar yang ditangkap milik Nokia memiliki nilai yang paling kecil dibandingkan dengan milik Samsung, Blackberry, iPhone, dan Smartfren. Selain itu Nokia pun perlu memikirkan suatu fitur dan bentuk produk yang akan menjadi ciri khasnya di masa mendatang.
4. Untuk merek *smartphone* iPhone, hal yang perlu diperhatikan adalah kapasitas baterai. Dari hasil survey persepsi konsumen, produk *smartphone* milik iPhone dianggap memiliki kapasitas baterai yang kecil. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah harga produk iPhone

yang terbilang mahal dan relatif sulit dijangkau oleh semua kalangan. Untuk kedepannya, mungkin iPhone dapat menciptakan *smartphone* lebih terjangkau namun dengan kualitas yang tetap terjaga.

5. Untuk merek *smartphone* Smartfren, hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas grafis, keseringan produk mengalami hang, fitur yang khas dan kekhasan bentuk *smartphone*. Maka dari itu, untuk kedepannya Smartfren mungkin dapat memfokuskan untuk meningkatkan kualitas grafis dan prosesornya, serta mendesain fitur dan bentuk *smartphone* yang akan menjadi ciri khasnya nanti.

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat melakukan penelitian yang serupa dengan atribut-atribut dan/atau merek-merek yang belum digunakan pada penelitian ini sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai merek-merek *smartphone* yang ada.

