

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan memberikan kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen Telkomsel terhadap program HOOQ dan VIU.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh maka terdapat kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian, diantaranya yaitu :

1. Indikator penerimaan berada dalam kategori kurang baik dengan persentase sebesar 68%. Dalam proses penerimaan mayoritas responden menerima pesan terkait promosi program HOOQ dan VIU yaitu sebesar 90%, Namun disisi lain sebagian besar dari konsumen menyatakan kurang setuju dengan adanya program tersebut dan tidak tertarik menggunakan aplikasi HOOQ maupun VIU dengan persentase sebesar 46%.
2. Indikator perhatian (*attention*) berada dalam kategori baik dengan persentase sebesar 54%. Hal ini dapat dilihat dari para responden yang mengetahui dan paham terhadap program tersebut seperti kegunaan dan cara mengaplikasikan aplikasi HOOQ dan VIU.
3. Indikator penilaian (*Evaluasi*) berada dalam kategori kurang baik dengan persentase sebesar 54%. Hal ini dapat dilihat pernyataan responden terhadap program ini yang dinilai kurang penting dan adanya bonus kuota

videoMAX yang tidak membantu mereka dalam mengaplikasikan HOOQ maupun VIU.

4. Indikator Harapan (*Ekspetasi*) berada dalam kategori baik dengan persentase sebesar 62%. Hal ini dilihat dengan adanya keinginan dari konsumen terhadap program ini agar Telkomsel dapat melakukan pembenahan dan meningkatkan kualitas baik dalam segi aplikasi maupun fim yang ditayangkan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap persepsi konsumen Telkomsel terhadap program HOOQ dan VIU, terdapat saran untuk PT. Telkomsel dalam pelaksanaan program tersebut terkait persepsi para konsumen antara lain:

1. PT Telkomsel seharusnya memaksimalkan kegunaan bonus kuota HOOQ dan VIU untuk meminimalisir komplain dan keluhan dari pelanggan.
2. PT Telkomsel sebaiknya mengalihkan kuota HOOQ dan VIU menjadi kuota data biasa supaya dapat digunakan pada aplikasi lain misalnya Youtube karena tidak semua konsumen Telkomsel menggunakan aplikasi HOOQ dan VIU serta juga banyak yang kurang tertarik dengan program tersebut.
3. PT Telkomsel lebih digencarkan lagi dalam mempromosikan dan mengedukasi para konsumen terkait paket data videoMAX seperti cara mengaktivasi dan berlangganan sehingga para konsumen tidak mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi HOOQ dan VIU melalui media promosi yang dimiliki oleh Telkomsel.

4. HOOQ dan VIU seharusnya lebih sering memperbarui film-film yang ditayangkan dalam aplikasi tersebut sehingga para konsumen tertarik untuk menggunakan aplikasi HOOQ maupun VIU.