

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 KESIMPULAN

PLC (*Product Life Cycle*) dari produk simpati Loop saat ini adalah berada pada fase pertumbuhan (*Growth*). Pada fase pertumbuhan ditandai dengan:

- Meningkatnya jumlah pendapatan dan besarnya penerimaan pasar.
- Semakin bertambahnya jumlah pengguna simpati Loop disetiap tahunnya mulai dari tahun kemunculannya tahun 2014 hingga pertengahan tahun 2016 saat ini.
- Selain itu, Telkomsel telah membuat fitur baru dalam produk simpati Loop yaitu dengan membuat sebuah aplikasi LoopKita yang ditujukan untuk Loopers (para pengguna simpati Loop). Hal tersebut bertujuan untuk menambah fasilitas dari produk. Sehingga konsumen akan tetap bertahan dengan menggunakan produk simpati Loop dan juga perusahaan dapat bertahan di persaingan pasar dan menjadi yang dominan.

4.2 SARAN

- Dari segi promosi, buat strategi promosi yang lebih menarik lagi dan juga berbeda dari yang lain, karena anak muda memiliki rasa penasaran yang tinggi. Sehingga dengan adanya strategi promosi yang berbeda akan menarik anak muda untuk ingin mengetahui hal apa yang berbeda.
- Dari segi produk, menambah fitur-fitur baru yang lebih menarik.
- Dari segi harga, harga sudah *reasonable*. Jika perusahaan akan menaikkan harga, harus diikuti *benefit* yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

- Dari segi tempat, lebih memperluas saluran distribusi untuk daerah terpencil agar konsumen di daerah tersebut dapat menggunakan kartu perdana Loop.

