

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Terdapat 61.54% *sales* yang memiliki *Self-Efficacy Beliefs* rendah dan 38.46% *sales* yang memiliki *Self-Efficacy Beliefs* tinggi dalam mempromosikan produk *Wine* dan *Spirits* di *Shop “X”* Bandung
2. Diketahui bahwa pada *sales Shop ‘X’* Bandung tidak ada satu pun faktor pembentuk *Self-Efficacy Beliefs* yang menonjol di antara yang lain.
3. *Sales* yang mampu mengolah sumber-sumber pembentuk *Self-Efficacy Beliefs* dengan tepat memiliki *Self-Efficacy Beliefs* tinggi.
4. *Sales* yang kurang mampu mengolah sumber-sumber pembentuk *Self-Efficacy Beliefs* dengan tepat memiliki *Self-Efficacy Beliefs* rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap *sales Shop “X”* Bandung, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1. Saran Teoritis

Peneliti lain dapat melakukan pengembangan penelitian dengan menggunakan metode penelitian yang lebih bervariasi misalnya studi korelasional untuk membahas mengenai derajat *Self-Efficacy Beliefs* dan hubungannya dengan sumber-sumber pembentuk *Self-Efficacy Beliefs*. Peneliti lain dengan sampel yang kecil dapat menggunakan teknik content validity untuk mengetahui validitas alat ukur.

5.2.2. Saran Guna Laksana

1. Bagi manajemen *Shop "X"*, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun training yang tepat untuk dapat mengolah sumber-sumber *Self-Efficacy Beliefs* yang telah dimiliki *sales* sehingga dapat meningkatkan *Self-Efficacy Beliefs sales* yang rendah dalam mempromosikan produk *Wine* dan *Spirits*.
2. Manajemen juga dapat merancang suatu training khusus bagi sebagian *sales* yang telah memiliki *Self-Efficacy Beliefs* yang tinggi namun masih kurang yakin akan beberapa aspek dalam diri *sales* tersebut.