

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden sebanyak 40 buah kuesioner tentang pengaruh *Personal Selling* terhadap keputusan pembelian konsumen pada **CV. 3 Libras**, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan terhadap **CV. 3 Libras**, maka kegiatan atau pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut ialah:

*Marketing manajer* menentukan target atau prospek kepada *Account executive* dengan target yaitu individu dan perusahaan. Setelah itu Tenaga penjual yang terdiri dari *Marketing manajer* dan *Account executive* mulai menvari informasi mengenai calon konsumennya. Kemudian setelah mendapatkan informasi yang cukup mengenai calon konsumennya Tenaga penjual melakukan cara pendekatan dengan menghubungi pihak calon konsumen untuk melakukan suatu penawaran, tenaga penjual dalam menghubungi konsumen menggunakan alat komunikasi seperti *telephone*, *e-mail*, atau pun surat tulisan yang dikirimkan. Setelah melakukan pendekatan maka kegiatan selanjutnya tenaga penjual melakukan presentasi yang dilaksanakan baik itu di kantor **CV. 3 Libras** maupun

diluar kantor, kegiatan ini untuk memberikan informasi produk untuk calon konsumen. Kegiatan presentasi dibantu dengan alat peraga yaitu menggunakan *computer* dengan format *power point* untuk melihat contoh produk yang dihasilkan. Setelah melakukan presentasi tenaga penjual dituntut untuk mengatasi keberatan yang diajukan oleh calon konsumennya, dengan berusaha menjawab pertanyaan calon konsumen untuk meyakinkan konsumen, dalam tahap ini tidak menutup kemungkinan calon konsumen melakukan tindak keberatannya, sehingga tenaga penjual harus lebih mengetahui apa yang diinginkan calon konsumen dengan mengajak berdiskusi. Kemudian setelah melakukan presentasi tenaga penjual harus mengetahui kapan menutup suatu penjualan karena ada juga calon konsumen yang tidak mempunyai waktu banyak untuk melakukan diskusi. Kebanyakan setelah melakukan penutupan penjualan calon konsumen meminta waktu beberap hari untuk berfikir ulang dan meyakinkan diri apakah akan memakai jasa **CV. 3 Libras** atau tidak, dan biasanya juga tenaga penjual akan dihubungi pihak calon konsumen. Tugas tenaga penjual yang tidak kalah pentingnya ialah bagaimana tenaga penjual dapat menciptakan konsumennya yang loyal. **CV. 3 Libras** upaya menciptakan konsumen yang loyal, maka pihak perusahaan melakukan pembinaan hubungan baik yang terus menerus dengan berupaya selalu tetap berhubungan dengan konsumen dan melakukan survey, dengan menanyakan kepuasan, keluhan dan saran

kepada konsumen, sebagai upaya menciptakan hubungan baik dan memelihara hubungan baik.

2. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai *personal selling* yang dilakukan oleh **CV. 3 Libras** secara keseluruhan, maka dapat diperoleh rata-rata tanggapan responden/konsumen sebesar 4.09. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai *personal selling* yang dilakukan oleh **CV. 3 Libras** adalah setuju terhadap setiap pertanyaan yang diajukan oleh penulis. Pernyataan responden yang memiliki nilai tertinggi adalah mengenai tenaga penjual percaya diri dalam menawarkan kepada konsumen yang melakukan pembelian (4.375), sedangkan pernyataan responden yang memiliki angka terendah ialah tenaga penjual memiliki pengetahuan psikologis dalam menentukan kapan melakukan penutupan penjualan (3.775). Artinya adalah kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh **CV. 3 Libras** sudah baik dalam pelaksanaannya, namun harus ada yang dikoreksi mengenai pengetahuan tenaga penjual dalam menentukan penutupan penjualan, karena bagian inilah tenaga penjual mendapat nilai terendah.
3. Dari hasil tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada **CV. 3 Libras**, maka diperoleh rata-rata tanggapan responden sebesar 4.235. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap keputusan pembelian konsumen pada **CV. 3 Libras** adalah sangat setuju terhadap setiap pertanyaan yang penulis ajukan. Pernyataan responden dengan nilai tertinggi ialah memiliki keyakinan terhadap produk **CV. 3 Libras** (4.35),

sedangkan pernyataan responden yang memiliki nilai terendah ialah akan membeli produk **CV. 3 LIBRAS MULTIMEDIA** (4.075). Artinya ialah konsumen sangat setuju untuk menggunakan jasa dari **CV. 3 Libras**.

4. Berdasarkan hasil koefisien korelasi Rank Spearman dengan cara manual atau menggunakan rumus, maka diperoleh  $r_s$  sebesar 0.72. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara variabel X (*Personal Selling*) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian). Berdasarkan hasil perhitungan analisis uji hipotesis, maka dapat diketahui nilai t hitung sebesar 4.66 dan nilai t tabel yaitu 2.0243. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Ini berarti terdapat pengaruh antara *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jadi hipotesis yang penulis ajukan dapat diterima.
5. Perhitungan koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, ini berarti bahwa nilai koefisien determinasi yang penulis dapatkan sebesar 51.84% merupakan besarnya pengaruh variabel X (*Personal Selling*). Sedangkan sisanya 48.16% adalah faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
6. Berdasarkan hasil perhitungan analisis uji hipotesis, maka dapat diketahui nilai t hitung sebesar 4.66 dan nilai t tabel yaitu 2.0243. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Ini berarti terdapat pengaruh antara *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jadi hipotesis yang penulis ajukan dapat diterima

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis ingin mengajukan beberapa saran yang kiranya dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi **CV.3 LIBRAS MULTIMEDIA** yang sudah dianggap baik oleh konsumen. Maka penulis mengajukan saran dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen, yaitu:

1. Penulis menyarankan agar tenaga penjual **CV. 3 LIBRAS MULTIMEDIA** lebih memahami konsumen untuk melakukan penutupan penjualan dan memiliki pengetahuan psikologis untuk mengetahui kapan melakukan penutupan penjualan.
2. Penulis menyarankan agar para tenaga penjual **CV. 3 LIBRAS MULTIMEDIA** yang melakukan *personal selling* tidak melakukan tindakan yang ceroboh.
3. Penulis menyarankan agar tenaga penjual **CV. 3 LIBRAS MULTIMEDIA** dalam melakukan presentasi memberikan suasana yang kondusif sehingga jalannya presentasi menarik.
4. Penulis juga menyarankan agar tenaga penjual **CV. 3 LIBRAS MULTIMEDIA** lebih menjaga hubungan baik dengan konsumen dan memelihara hubungan pasca penjualan.