

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Personal Selling* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk YouC1000 vitamin yang telah dibahas maka penulis menarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan korelasi Rank Spearman diperoleh nilai sebesar 0,814. Artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara *Personal Selling* dengan keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan uji signifikansi diperoleh t hitung sebesar 9,7150, sedangkan t tabel sebesar 1,6789. Terlihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($9,7150 > 1,6789$) dan berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, yaitu jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian bahwa hipotesis yang penulis ajukan, yaitu “ **Bila kegiatan *personal selling* ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.** ”, dapat diterima.

Sedangkan berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 66,30%, hal ini menunjukkan bahwa *personal selling* produk YouC1000 vitamin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 66,30%, sedangkan sisanya sebesar 33,70% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diukur.

5.2 Saran

Pada bagian akhir ini, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan. Adapun saran yang penulis ajukan adalah produk YouC1000 vitamin diharapkan memasang iklannya pada media yang dibaca oleh banyak orang sesuai dengan target pasarnya karena dari hasil kuesioner Rata – rata konsumen mengetahui produk Airplane dari teman atau saudara bukan dari iklan. Atau ikut mensponsori acara – acara yang banyak didatangi oleh konsumen dari segmen pasar Airplane.