

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dapatlah kiranya diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses *personal selling* yang dilakukan oleh *sales* Indra Auto Accessories telah sesuai dengan teori, artinya mempunyai tahapan yang sistematis, dimulai dengan persiapan pendekatan awal dan diakhiri dengan tindak lanjut dan pemeliharaan. Responden pun sudah memberikan tanggapan yang positif sehubungan dengan pelaksanaan *personal selling* oleh *sales* Indra Auto Accessories. Penjualan *audio mobil* di Indra Auto Accessories secara konsisten mengalami kenaikan, tetapi pertumbuhannya cenderung turun, artinya kenaikan penjualan setiap tahunnya tidak stabil.
2. *Personal selling* berperan secara signifikan dalam meningkatkan volume penjualan pada Indra Auto Accessories. Jika armada penjualan dalam melaksanakan *personal selling* ditambah, maka volume penjualan akan semakin meningkat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapatlah kiranya diberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan kinerja *personal selling*, ada baiknya sales dibagi berdasarkan wilayah, sehingga perjalanan sales untuk menemui calon konsumen akan lebih efisien. Pembagian sales berdasarkan wilayah ini dilakukan dengan pertimbangan kemampuan dan keterampilan menjual dari sales yang merata, sehingga mempunyai bekal yang sama untuk menghadapi calon konsumen yang berbeda-beda.
2. Meningkatkan kemampuan sales dalam melakukan presentasi dengan memberikan pelatihan mengenai komunikasi yang persuasif, sehingga kemampuan sales dalam membujuk calon konsumen akan lebih baik lagi.
3. Untuk meningkatkan volume penjualan, ada baiknya perusahaan menambah jumlah sales, sehingga pertumbuhan penjualan dapat lebih besar lagi.
4. Untuk meningkatkan volume penjualan, ada baiknya perusahaan juga menambah daerah pemasaran, tidak hanya di Purwokerto saja, tetapi juga di kota-kota lainnya.
5. Untuk menjaga penjualan agar tidak turun, ada baiknya perusahaan memberikan diskon kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggan, sehingga tidak akan lari ke pesaing.