

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Proses pelaksanaan personal selling yang dilakukan oleh PT. X dalam meningkatkan volume penjualan sesuai dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut: frekuensi responden mengenai tenaga pemasar PT. X mampu dalam menjelaskan tentang produk yang ditawarkan dengan baik dengan nilai top two boxes sebesar 93,9%, Frekuensi waktu kunjungan tenaga pemasar PT. X sesuai dengan harapan pelanggan 86,2%, tenaga pemasar PT. X mampu untuk menangani keberatan dengan baik 89,4%, Tenaga pemasar PT. X memberikan kesempatan untuk melakukan pemesanan sesuai dengan keinginan pelanggan 98,3%, Waktu pengiriman pesanan tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati 89,6%, tenaga pemasar PT. X mampu untuk menutup presentasi dengan penjualan 96,5%, Jumlah dan jenis produk yang dikirim sesuai dengan pesanan 98,3%, tenaga pemasar PT. X melakukan konfirmasi / pengecekan ulang untuk memastikan kepuasan pelanggan 96,5%.
2. Volume penjualan PT. X dari tahun 2001 sampai tahun 2005 selalu mengalami penurunan dan tidak mencapai target, berikut adalah tabel realisasi volume penjualan kerupuk PT. X dari tahun 2001-2005:

Tabel 5.1
Realisasi Volume Penjualan Produk Pakaian Olahraga Merk Filbert PT. X
Periode tahun 2001 - 2005 (dalam unit)

Tahun	Volume Penjualan
2001	121.204
2002	113.274
2003	107.448
2004	98.483
2005	95.550

3. Pengaruh antara pelaksanaan distribusi fisik terhadap volume penjualan di PT. X adalah sebesar 17,9% berarti masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan disamping pelaksanaan personal selling sebesar 82,1%, diantaranya faktor produk, harga dan pesaing. Sedangkan dari perhitungan uji signifikansi (uji T) didapat $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,8105 < 2,353$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti bahwa pelaksanaan personal selling tidak berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan.

5.2 Saran

Dari hasil yang diperoleh dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 17,9% berarti masih terdapat faktor lain sebesar 82,1% yang mempengaruhi volume penjualan pakaian olahraga merk Filbert di PT. X seperti promosi, produk, harga, dan pesaing. Untuk itu disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh pelaksanaan personal selling terhadap volume penjualan, atau dengan pengaruh-pengaruh lainnya seperti produk, harga, dan pesaing.

2. Sebaiknya PT. X tetap menjalin hubungan baik dengan toko / gerai yang menjadi pelanggannya. Di samping itu PT. X juga terus mengadakan penelitian pasar dan mencari informasi tentang pesaing.
3. Untuk lebih meningkatkan volume penjualannya, PT. X sebaiknya memperluas pangsa pasar, terutama pada daerah-daerah yang belum terjangkau PT. X. Namun perlu juga PT. X memperhitungkan efisiensi biaya yang dikeluarkan dalam mencari pelanggan baru.