

## 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)**

<b>Tahun</b>	<b>Volume Penjualan</b>
<b>2001</b>	<b>121.204</b>
<b>2002</b>	<b>113.274</b>
<b>2003</b>	<b>107.448</b>
<b>2004</b>	<b>98.483</b>
<b>2005</b>	<b>95.550</b>

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.