

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian terhadap kedua variabel yaitu *personal selling* dan minat beli, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai karakteristik responden PT. Puteraco Indah untuk produk Katumiri didapat responden pria sebesar 58,33%; berusia 28 – 37 tahun sebesar 33,33%; bertempat tinggal di luar kota Bandung sebesar 50%; pendidikan terakhir sarjana sebesar 58,33%; dan berpendapatan per bulan 3 – 7 sebesar 55,56%.
2. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai kinerja *personal selling* PT. Puteraco Indah untuk produk Katumiri sudah cukup baik dalam memperkenalkan, menawarkan, dan memberikan informasi tentang produk Katumiri. Kekurangan dari *personal selling* PT. Puteraco Indah yaitu dalam hal bernegosiasi harga dan juga dalam menutup penjualan karena *personal selling* tidak diperkenankan bernegosiasi secara langsung.
3. Besarnya tingkat hubungan antara variabel *personal selling* (independen) dengan variabel minat beli (dependen) yaitu sebesar 0,489 dari perhitungan *Correlations Coefficients Spearman*, yang berarti terdapat korelasi cukup lemah (*moderately low association*). Korelasi antara kinerja *personal selling* dengan minat beli responden sebesar 0,489 tersebut cukup rendah karena yang mempengaruhi minat beli konsumen bukan hanya *personal selling* saja tetapi masih banyak faktor lain

yaitu *product, price, place*, dan juga faktor promosi lainnya seperti *advertising, sales promotion, public relations, dan direct marketing*.

5.2 Saran

Setelah disampaikan beberapa kesimpulan, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran dan masukan yang mungkin dapat berguna untuk perbaikan dan kemajuan PT. Puteraco Indah untuk produk Katumiri di masa yang akan datang, yaitu antara lain:

1. Perusahaan membebaskan personal selling dalam hal bernegosiasi harga juga dalam hal menutup penjualan dengan menetapkan standar harga minimal yang boleh diberikan kepada konsumen.
2. Personal selling terus diberikan pengarahan dalam hal berbicara, bersikap, dan berpakaian sehingga personal selling dapat tetap berpenampilan rapih dan sopan.
3. Personal selling sebaiknya lebih dimotivasi, misalnya dengan memberikan bonus jika target penjualan dapat tercapai.
4. Komunikasi perusahaan dan personal selling harus lebih terbuka, sehingga personal selling dapat menyampaikan saran-saran kepada perusahaan untuk kemajuan perusahaan, karena personal selling berhubungan langsung dengan konsumen.
5. Membuat konsep baru, misalnya membuat town house, menetapkan aturan konsumen harus membangun kavling mereka dalam waktu 5 tahun dari pembelian jika tidak dikenakan penalti.