

Bab V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan.

Berdasarkan dari hasil tanggapan responden dan analisa (penelitian) dari data-data perusahaan Oven Idaiichi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan program personal selling pada perusahaan Oven Idaiichi dilakukan dengan cara mencari pelanggan, mengidentifikasi konsumen, mempersiapkan kunjungan-kunjungan penjualan, melakukan presentasi dan meningkatkan penjualan kepada konsumen . dengan demikian program personal selling pada perusahaan Oven Idaiichi telah dapat dijalankan dengan cukup baik. Hal tersebut terbukti dari tanggapan positif dari para responden yang merupakan pelanggan perusahaan Oven Idaiichi.
2. Peranan personal selling dalam meningkatkan volume penjualan, hasil perhitungan berdasarkan:
 - a) Korelasi Pearson, untuk mengukur derajat keeratan hubungan dan menentukan kuat tidaknya hubungan kedua variabel tersebut
 - b) Koefisien Determinasi, pengaruh personal selling terhadap peningkatan volume penjualan pada perusahaan oven Idaiichi sangat besar, hal ini dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi yang besar.
 - c) Uji analisis t Analisis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh biaya saluran distribusi terhadap hasil penjualan perusahaan.
3. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Korelasi Pearson, Koefisien Determinasi dan Uji Analisis t, maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Jika personal selling ditingkatkan maka volume penjualan akan meningkat,

dengan asumsi faktor-faktor lain selain personal selling adalah tetap”, dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat digunakan saran-saran sebagai berikut:

1. Walaupun program personal selling telah berhasil dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan Oven Idaiichi dan mendapat respon positif dari para responden yang merupakan pelanggan perusahaan Oven Idaiichi, namun kegiatan personal selling ini masih perlu ditingkatkan lagi untuk memperluas pasarnya, sehingga pemasaran produknya tidak hanya pada konsumen-konsumen toko-toko roti saja tetapi pada konsumen-konsumen lainnya seperti konsumen rumah tangga biasa.
2. Meskipun program personal selling telah berhasil meningkatkan volume penjualan, namun nilai ini masih mungkin untuk ditingkatkan lagi. Hal tersebut dapat dicapai dengan lebih meningkatkan mutu produk dan membuat kepercayaan pada konsumen akan mutu produk oven ini, serta meningkatkan kegiatan personal selling yang dapat dilakukan dengan cara menambah atau memperbanyak pegawai pemasaran.
3. Agar hubungan antara perusahaan dan pelanggan berjalan dengan baik, maka perusahaan sebaiknya menyediakan layanan khusus untuk pelanggan, misalnya berupa divisi komunikasi (public relations) yang bertugas menjadi penghubung antara pihak konsumen dan produsen (pelanggan) dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi kedua belah pihak.