BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap pelaksanaan *Personal Selling* pada CV. Aceh Honda Motor Bandung adalah sebesar 68,53% dimana angka tersebut berada pada kriteria cukup baik dimana hasil yang diperoleh berada antara 52% - < 69%. Diama angka tersebut diperoleh berdasarkan pendekatan pendahuluan sebesar 70,83%, persentasi dan peragaan sebesar 64,50%, mengatasi keberatan sebesar 62,83%, menutup penjualan sebesar 67%, dan tindak lanjut dan pemeliharaan sebesar 67,5%. Maka skor terbesar berada pada pendekatan pendahuluan.
2. Keputusan pembelian konsumen terhadap produk sepeda motor Honda di CV. Aceh Honda diambil dari 5 (5) indikator yaitu pengenalan masalah 74,16%, pencarian informasi 66,16%, evaluasi alternatif 63,33%, keputusan pembelian 67,66%, dan perilaku pasca pembelian 67,83%. Berdasarkan tanggapan konsumen responden dari hasil kuesioner, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada sepeda motor Honda di CV. Aceh Honda Motor Bandung dikatakan cukup baik dengan skor sebesar 67,78%.
3. Pelaksanaan *personal selling* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda CV. Aceh Honda Motor

Bandung. Hal ini ditunjukan pada hasil koefisien korelasi sebesar 0,838 dengan tingkat hubungan tinggi atau sebesar 70,22%. Ini berarti bahwa *personal selling* berpengaruh sebesar 70,22% terhadap keputusan pembelian konsumen produk sepeda motor Honda. Dilihat dari pengujian hipotesis, maka dapat dilihat bahwa t hitung > t tabel, dimana t hitung (11,969) > t tabel (1,981) sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat dampak yang signifikan antara kegiatan *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen produk sepeda motor Honda CV. Aceh Honda Motor Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan keseluruhan uraian pada bab sebelumnya, maka penulis mencoba memberikan saran atau solusi guna memecahkan masalah *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda CV. Aceh Honda Motor Bandung. Adapun saran dan solusi dari penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Agar kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh CV. Aceh Honda Motor Bandung semakin baik, maka perlu ditingkatkan terutama dalam hal persentasi dan peragaan, mengatasi keberatan, menutup penjualan, dan tindak lanjut dan pemeliharaan.
2. Melihat hasil pembahasan mengenai keputusan pembelian konsumen yang berada pada tingkat cukup baik, maka sebaiknya pihak perusahaan harus dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan memilih dan menggunakan program-program yang lebih baik dari yang sudah dilakukan

agar dapat terus meningkatkan minat beli konsumen sehingga perusahaan dapat memperoleh manfaat bagi perusahaan.

3. Kegiatan *personal selling* dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen yang mulai mengalami penurunan sehingga konsumen bisa mendapatkan kembali pencitraan yang baik terhadap sepeda motor Honda. Adanya pengaruh variabel X (*personal selling*) terhadap variabel Y (keputusan pembelian konsumen) yang dapat memberikan peningkatan hasil penjualan perusahaan, maka sebaiknya bagian pemasaran perusahaan memilih dan melakukan kegiatan-kegiatan dan tindakan-tindakan dari *personal selling* secara lebih efektif dan efisien. Seperti pengaturan jadwal kegiatan yang dibuat secara baik agar tidak terjadinya keteraturan dalam pelaksanaan personal selling sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen akan produk sepeda motor honda yang selanjutnya dapat lebih meningkatkan keuntungan dari perusahaan.