BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai pengaruh pelaksanaan *personal selling* dan citra merek terhadap keputusan pembelian pembelian pada konsumen CV. Honda Pasteur Bandung, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Personal Selling di CV. Honda Pasteur Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk Personal Selling adalah sebesar 74,84% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, Personal Selling berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa Personal Selling di CV. Honda Pasteur Bandung sudah baik.
2. Citra Merk Honda Jazz di CV. Honda Pasteur Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk Citra Merek adalah sebesar 79,43% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, Citra Merk berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa Citra Merk Honda Jazz di CV. Honda Pasteur Bandung sudah baik.
3. Keputusan Pembelian Honda Jazz di CV. Honda Pasteur Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk Keputusan Pembelian adalah sebesar 73,94% yang terletak antara rentang

68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, Keputusan Pembelian berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa Keputusan Pembelian Honda Jazz di CV. Honda Pasteur Bandung sudah baik.

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dan hubungan yang kuat antara Personal Selling (X1) dan Citra Merk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai Fhitung (58,793) > Ftabel (3,900) yang artinya, secara simultan Personal Selling (X1) dan Citra Merek (X2) mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Besarnya pengaruh Personal Selling dan Citra Merk mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 63,7% sedangkan sisanya merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk CV. Honda Pasteur Bandung, yaitu:

1. Meskipun tanggapan konsumen terhadap *personal selling* di CV. Honda Pasteur sudah baik, teatpi tidak ada salahnya apa bila CV. Honda pasteur Bandung lebih memperhatikan penutupan penjualan yang terdiri dari kemampuan wiraniaga dalam mempengaruhi keputusan konsumen lebih ditingkatkan, karena banyak konsumen yang mengatakan bahwa wiraniaga kurang baik dalam mempengaruhi keputusan.

2. Meskipun tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di CV. Honda Pasteur sudah baik, alangkah baiknya bila CV. Honda pasteur Bandung lebih memperhatikan evaluasi alternatif yang menajdikan Honda Jazz sebagai pilihan utama, hal ini dikarenakan masih banyak konsumen yang memiliki alternatif utama selain Honda Jazz.
3. Pihak CV. Honda pasteur juga disarankan untuk meningkatkan faktor pengenalan kebutuhan, karena masih ada konsumen yang menyatakan tidak butuh Honda Jazz.