BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai pengaruh penjualan pribadi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada produk *furniture* Olympic CV. Suka Dama Soreang, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen terhadap penjualan pribadi pada Produk *Furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang dinilai baik (78,3%). Skor tertinggi terdapat pada indikator tindak lanjut dan pemeliharaan yaitu sebesar 79,8% dan skor terendah terdapat pada indikator presentasi dan demonstrasi yaitu sebesar 74,9%.
2. Tanggapan konsumen terhadap promosi penjualan pada produk *Furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang dinilai baik (78,6%). Skor terendah terdapat pada indikator *display* yaitu sebesar 78,4% dan skor tertinggi terdapat pada indikator garansi yaitu sebesar 79,4%.
3. Keputusan pembelian konsumen pada produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang dinilai baik (77,3%). Skor tertinggi terdapat pada indikator evaluasi alternatif yaitu sebesar 53,8% dan skor terendah terdapat pada indikator keputusan pembelian yaitu sebesar 35,4%

4. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penjualan pribadi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang, dengan pengaruh sebesar 75,2% sedangkan sisanya sebesar 24,8% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti seperti diferensiasi produk, harga, periklanan dan lain-lain. Sedangkan secara parsial variabel penjualan pribadi memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang dengan pengaruh sebesar 39,2% sedangkan sisanya dari 75,2% (secara simultan) yakni sebesar 36,0% merupakan pengaruh yang diberikan oleh variabel promosi penjualan dengan pengaruh yang signifikan pula.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dan kritik dari penulis kepada pihak CV. Suka Damai Soreang yaitu:

1. Tanggapan konsumen terhadap penjualan prbiadi dinilai baik, namun CV.Suka Damai Soreang dalam memaksimalkan penjualannya perlu memperhatikan presentasi dan demonstrasi yang dilakukan oleh wiraniaga yaitu pengetahuan wiraniaga mengenai produk yang ditawarkan. Dalam hal ini CV. Suka Damai Soreang harus meningkatkan kualitas sumber daya manusianya. Sebaiknya dalam CV. Suka Damai Soreang meningkatkan pelatihan mengenai *product knoledge* karena dengan baiknnya pengetahuan akan produk maka, calon

konsumen pun akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh wiraniaga.

2. Promosi penjualan yang dilaksanakan oleh CV. Suka Damai Soreang dinilai baik. Namun perlu diperhatikan juga kemenarikan diskon yang ditawarkan oleh CV. Suka Damai yang biasa-biasa saja. Dalam hal ini CV. Suka Damai perlu meningkatkan ide-ide yang lebih kreatif dalam dalam pengaturan *display* bisa dengan mengatur barang seperti suasana di rumah atau di kantor sesuai dengan tema yang sedang terjadi saat promosi.
3. Meskipun keputusan konsumen di CV. Suka Damai dinilai baik, sebaiknya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada CV. Suka Damai Soreang bisa dengan menggunakan pemasaran interaktif atau secara online. Yaitu dengan cara mempromosikan produk furniture Olympic dengan menggunakan media Internet. Internet menyediakan peluang dan konsumen untuk interaksi dan individualisasi yang jauh lebih besar. (Kotler, 2009:247) Beberapa media pemasaran gratis yang dapat dimanfaatkan dalam internet seperti kaskus, Facebook, Tweeter, blogspot dan lain-lain.
4. Mengadakan penelitian menggunakan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti diferensiasi produk, harga, periklanan dan lain-lain untuk meningkatkan kualitas dan mutu perusahaan CV. Suka Damai.