# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan data yang ada, mengenai, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden *Personal Selling* pada PT. Indonusa Telemedia Cabang Bandung tergolong kategori cukup baik. Dimana skor tertinggi terdapat pada indikator keberatan sedangkan yang indikator yang terendah terdapat pada indikator penutup.
2. Tanggapan responden Promosi  Penjualan pada PT. Indonusa Telemedia Cabang Bandung tergolong kategori baik. Dimana skor tertinggi terdapat pada indikator tampilan dan demonstrasi sedangkan yang indikator yang terrendah terdapat pada indikator hadiah.
3. Tanggapan responden Keputusan Pembelian pada PT. Indonusa Telemedia Cabang Bandung tergolong kategori baik. Dimana skor tertinggi terdapat pada indikator pengenalan masalah sedangkan yang indikator yang terendah terdapat pada indikator evaluasi alternatif.
4. Personal selling secara rata-rata masuk kedalam kriteria baik. Hal ini ditandai dengan presepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator mencari pelanggan. Personal selling berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan arah hubungan positif. Artinya

semakin baik personal selling maka akan semakin baik keputusan pembelian.

5. Promosi penjualan secara rata-rata masuk kedalam kriteria baik. Hal ini ditandai dengan presepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator diskon. Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembalian dengan arah positif. Artinya promosi penjualan memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian. Karena diskon sangat penting dalam promosi penjualan agar menarik pelanggan dalam membeli produk yang dijual.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan diatas, penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya, yaitu sebagai berikut :

1. Dalam penerapan konsep personal selling, perusahaan pasti akan mendapatkan beberapa kendala, oleh karena itu perusahaan harus merancang strategi salah satunya mengasah kemampuan wiraniaga untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menjual produk Transvision agar pelanggan tidak berpaling ke produk lain.
2. Sebaiknya Transvision harus menambahkan aktivitas promosi dengan menambahkan diskon, sehingga masyarakat lebih tertarik dengan transvision dibandingkan televisi satelit lainnya.

3. Keputusan pembelian pelanggan Transvision pada PT. Indonusa Telemedia cabang Bandung sudah baik, namun dalam proses evaluasi alternatif termasuk kategori terendah, hal ini disebabkan karena tidak semua konsumen secara spesifik memberi perhatian penuh dengan jasa yang akan mereka beli, sebaiknya Transvision sendiri harus lebih banyak lagi memberikan manfaat kepada masyarakat yang akan membeli sehingga kebutuhan mereka terpenuhi.
4. Personal Selling memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian, untuk memperkuat hubungannya PT. Indonusa Telemedia Cabang Bandung harus melakukan refreshing kepada wiraniaga mereka agar konsumen tertarik sehingga berdampak pada peningkatan volume penjualan.
5. Promosi penjualan memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian, untuk memperkuat hubungannya PT. Indonusa Telemedia Cabang Bandung harus melakukan promo-promo yang menarik khusus nya terhadap diskon yang diberikan untuk pelanggan agar mereka tidak berpaling televisi satelit lainnya.