

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penjualan pribadi (*personal selling*) dengan keputusan pembelian TV Kabel *First Media* pada warga RT 006 RW 03 Kelurahan Malaka Jaya Perumnas Klender, Jakarta Timur. Dengan demikian bentuk hubungan antara variabel penjualan pribadi (*personal selling*) dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = 12,48 + 0,887X$ , persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor *personal selling* (X) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,887 skor pada konstanta 12.48.

Keputusan pembelian ditentukan oleh penjualan pribadi (*personal selling*) sebesar 39,42%. Dapat disimpulkan pula bahwa 60,58% variabel keputusan pembelian disebabkan oleh faktor-faktor lainnya, yaitu kualitas pelayanan, dan harga yang ditetapkan.

## B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas bahwa terdapat hubungan positif antara penjualan pribadi (*personal selling*) dengan keputusan pembelian TV Kabel *First Media* pada warga RT 006 RW 03 Kelurahan Malaka Jaya Perumnas Klender Jakarta-Timur. Hal ini membuktikan bahwa besarnya penjualan pribadi (*personal selling*) cukup memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian TV Kabel *First Media* itu sendiri.

Setiap perusahaan pada hakikatnya menginginkan tingkat keputusan pembelian produk yang tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya peran pemasar dalam membentuk penjualan pribadi (*personal selling*) yang baik kepada para konsumen. Oleh karena itu, perusahaan dan pemasar harus menciptakan penjualan pribadi (*personal selling*) yang baik untuk meningkatkan suatu keputusan pembelian pada produk TV Kabel *First Media*. Hal ini diutarakan karena menurut hasil perolehan skor rata-rata, indikator memutuskan membeli produk dalam variabel Keputusan pembelian memiliki skor terendah 9,45%. Sedangkan untuk variable penjualan pribadi (*personal selling*), sub indikator keahlian berkomunikasi memiliki skor terendah yaitu 9,91% .

Implikasi dari penelitian ini adalah penjualan pribadi (*personal selling*) memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian TV Kabel *First Media*, artinya semakin berkualitas penjualan pribadi (*personal selling*) yang

diterapkan perusahaan maka semakin meningkat pula keputusan pembelian yang dicapai.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan Keputusan Pembelian adalah:

1. PT. *First Media* perlu merancang kembali strategi bauran pemasaran yang kiranya cocok dan berpengaruh besar kepada calon konsumen. Selain itu, ada baiknya PT. *First Media* merumuskan kembali harga produknya sesuai dengan kualitas produk.
2. Berdasarkan hasil analisis data, cara berkomunikasi wiraniaga merupakan indikator paling rendah dalam penjualan pribadi (*personal selling*), oleh karena itu PT. *First Media* harus mengadakan pelatihan kepada para wiraniaganya untuk menghasilkan para wiraniaga yang berkualitas dan menarik konsumen.
3. Berdasarkan analisis data, memutuskan membeli merupakan indikator paling rendah dalam keputusan pembelian oleh karena itu PT. *First Media* harus meningkatkan bauran pemasaran melalui media apapun sehingga masyarakat luas mengetahui TV Kabel *First Media* dan memutuskan untuk membeli produk TV Kabel *First Media*.