

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada Quaker Oat 3 in 1 maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Variabel *personal selling* (X) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Quaker Oat 3 in 1. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil uji F yang diketahui $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $18,011 > 3,940$ dan dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *personal selling* terhadap keputusan pembelian produk Quaker Oat.

Dilihat dari kontribusi R Square sebesar 0,155 (15,5%) yang berarti pengaruh variabel *personal selling* adalah 15,5% terhadap variabel keputusan pembelian dan sisanya 84,5% ditentukan oleh dimensi lain yang tidak diteliti oleh penulis. Dan dari hasil olah data pada variabel *personal selling* terdapat model regresi $Y = 35,780 + 0,470X$ yang berarti semakin baik kegiatan *personal selling* maka keputusan pembelian semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Quaker Oat 3 in 1 adalah :

Untuk tetap meningkatkan keputusan pembelian melalui *personal selling* hendaknya perusahaan meningkatkan lagi kegiatan *personal selling* nya. Seperti mendesign ulang *booth* Quaker Oat 3 in 1 agar lebih menarik

perhatian konsumen (*tangible*), meningkatkan lagi pelayanan terhadap konsumen (*reliability*), meningkatkan komunikasi dalam menjelaskan dan menjawab pertanyaan kepada konsumen (*responsiveness*), sehingga kegiatan *personal selling* akan lebih

berpengaruh untuk membuat persepsi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada produk Quaker Oat 3 in 1 di *Giant Mega Bekasi Hypermall*. (*Quality perception*)

Personal selling memiliki pengaruh yang tidak begitu besar yaitu sebesar 15,50% terhadap keputusan pembelian. Untuk tetap meningkatkan keputusan pembelian maka dapat mencari variabel lain selain *personal selling* yang mungkin menentukan keputusan pembelian lebih tinggi seperti *advertising*, *direct Marketing*, atau *word of mouth marketing*.

