

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan langkah terakhir yang penulis lakukan dalam penelitian yang berjudul “*Analisis Personal Selling di Dago Highland Resort Bandung*”, setelah membuat suatu kesimpulan selanjutnya penulis mencoba memberikan saran-saran, dengan harapan adanya perbaikan khususnya bagi objek penelitian dan pihak lain yang berkepentingan dengan penyusunan skripsi ini.

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan, kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambaran profil konsumen di Dago Highland Resort Bandung berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebesar 63.3% dan perempuan sebesar 36.7%, selanjutnya karakteristik berdasarkan usia 21-30 53.3%, lalu usia 31-40 tahun 36.7% dan diatas 40 tahun hanya 10%, selanjutnya karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir, S-1 menempati posisi teratas sebesar 50% disusul Diploma 40%, dan SMA 10%, selanjutnya karakteristik berdasarkan pendapatan satu hingga dua juta menempati persentase teratas 46.7% lalu yang berpenghasilan dua juta hingga empat juta 30% dan yang berpendapatan empat juta hingga enam juta sebesar 23.3%, selanjutnya karakteristik berdasarkan pekerjaan swasta menempati persentase paling atas sebesar 60%, lalu PNS 23.3%, wiraswasta 3.33% dan memiliki pekerjaan lain sebesar 13.3%, bisa dikatakan konsumen ini adalah konsumen yang prospektif dilihat dari karakteristiknya.

Gambaran tanggapan konsumen terhadap *Personal Selling* di Dago Highland Resort Bandung diukur melalui indikator Skill/kemampuan dalam berkomunikasi, bersikap dan memiliki wawasan yang luas tentang produk. Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa *Personal Selling* berada pada kategori baik karena 51.3% responden menilai bahwa marketer telah

melaksanakan tugasnya dengan baik dan profesional. Sedangkan 40% responden menilai cukup, 4.7% dan 3.3% menyatakan kurang setuju, dan 0.7% tidak setuju. Lebih dari setengah responden menilai bahwa *Personal Selling* di Dago Highland Resort berjalan dengan baik, membuktikan marketer memiliki kapabilitas di bidangnya, namun tidak semua responden berpendapat sama.

## B. Saran

Berdasarkan pada uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Melihat kepercayaan konsumen dalam menggunakan produk di Dago Highland Resort Bandung, maka upaya yang harus dilakukan adalah meningkatkan loyalitas konsumen, marketer harus selalu menjaga hubungan relasi dan lebih memperbanyak program reward untuk konsumen, konsumen pun tentu akan dan bertambah loyal terhadap produk yang dijual, selain itu jika dibandingkan dengan konsumen baru, konsumen lama lebih berpotensi untuk loyal, namun dengan tidak mengesampingkan kualitas dari produk yang dijual, dan selalu menjaga kualitas relationship dengan konsumen.
2. Marketer harus selalu berupaya agar Dago Highland Resort Bandung tetap memiliki sarana dan fasilitas yang memuaskan konsumen, melihat pembahasan yang telah di paparkan diatas, konsumen masih belum cukup puas dengan produk dan sarana prasarana yang disediakan.
3. Mood marketer saat melakukan *Personal selling* sebisa mungkin selalu di maintenance jangan sampai menurun, maka dalam hal ini konsumen telah meyakini bahwa marketer profesional dan nyaman untuk konsumen, sehingga konsumen pun makin tertarik untuk segera menggunakan produk Dago Highland Resort Bandung kembali.