BAB V
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebaran kuesioner pada 72 PIC wisatawan grup ECO BAMBU melalui analisis deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh antara *personal selling* yang terdiri dari *approach, presentation, handling objective, negotiation, close* terhadap keputusan berkunjung, maka peneliti memaparkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Personal selling* yang ada di ECO BAMBU mendapat penilaian tinggi, PIC wisatawan menganggap bahwa *approach* yang dilakukan ECO BAMBU tinggi, hal tersebut dikarenakan ECO BAMBU memiliki relasi yang banyak untuk melakukan promosi khususnya *personal selling*.
2. Keputusan berkunjung yang ada di ECO BAMBU mendapat penilaian tinggi, dimana pengunjung memberikan penilaian tertinggi pada indikator *product choice*, hal ini terjadi karena ECO BAMBU memiliki keberagaman produk dan paket yang ditawarkan sehingga wisatawan dapat memilih sesuai dengan kebutuhan.
3. Pengaruh *personal selling* terhadap keputusan berkunjung secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, sedangkan apabila dilihat secara parsial dari lima sub variabel *peresonal selling* yaitu *approach, presentation, handling objective, negotiation, close* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai implementasi dari pengaruh *personal selling* terhadap keputusan berkunjung sebagai berikut:

1. Pengaruh *personal selling* terbukti dapat mempengaruhi keputusan berkunjung, namun tentunya dalam hal ini masih terdapat kekurangan terutama pada dimensi *handling objective* yang memiliki pengaruh yang

Rani Angraeni, 2020
PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

paling kecil terhadap keputusan berkunjung, rekomendasi dari peneliti yaitu pengelola dapat memberikan edukasi kepada *sales person* mengenai materi dan pemahaman produk yang akan dijelaskan pada saat melakukan *personal selling*.

2. Rekomendasi untuk dimensi *personal selling* yang memiliki tanggapan tertinggi yaitu *approach* yaitu dengan terus mempertahankan relasi dengan konsumen agar memberikan kesan dan *word of mouth* yang positif terdahap ECO BAMBU.
3. Keputusan berkunjung di ECO BAMBU secara keseluruhan dinilai sudah baik, indikator *price* adalah indikator yang memiliki penilaian lebih rendah dibandingkan dengan indikator lainnya, oleh karena itu rekomendasi yang diberikan adalah sebaiknya pihak pengelola mengkaji kembali harga paket untuk paket yang dijual kepada konsumen.