

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap *personal selling* pada produk buku pelajaran percetakan CV Angkasa sebagian besar dinilai tinggi. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah. Indikator yang paling dominan adalah contoh/*sample*, indikator kedua tertinggi adalah komunikasi tatap muka, indikator ketiga yang merupakan indikator persentase penjualan, dan indikator terendah adalah pertemuan penjualan buku pelajaran percetakan CV Angkasa.
2. Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian bisnis buku pelajaran percetakan CV Angkasa sebagian besar dinilai tinggi. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang di urutkan dari yang paling dominan sampai kepada indikator yang paling rendah, indikator yang paling dominan adalah pemilihan produk, indikator tertinggi kedua adalah jumlah pesanan, indikator tertinggi ketiga adalah persyaratan pelayanan, indikator tertinggi keempat adalah persyaratan dan waktu pengiriman dan indikator terendah adalah pembayaran
3. Pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian bisnis dapat dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa *personal selling* mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan

pembelian yang artinya memiliki tingkat korelasi yang sangat kuat. Dari hasil perhitungan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *personal selling* produk buku percetakan CV Angkasa sudah baik. Dengan kata lain *personal selling* dari produk percetakan CV Angkasa mampu mempengaruhi pelanggan untuk terus melakukan pembelian.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, maka direkomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Penilaian pelanggan terhadap pertemuan penjualan dinilai paling rendah dibandingkan indikator komunikasi tatap muka dan persentasi penjualan oleh responden. Hal ini bisa diantisipasi oleh perusahaan dengan Upaya untuk meningkatkan pertemuan penjualan antara *personal selling* percetakan CV Angkasa dengan konsumen diperlukan suatu usaha perusahaan untuk lebih meningkatkan pemasaran buku pelajaran CV Angkasa. Pemasaran buku percetakan CV Angkasa dapat dilakukan oleh *personal selling*, melalui brosur atau katalog yang telah di sediakan oleh percetakan CV Angkasa dan mengadakan bazar kerjasama dengan sekolah-sekolah sehingga konsumen bisa menggunakan produk tersebut mungkin dengan demikian diharapkan keputusan pembelian akan dilakukan oleh konsumen secara lebih rutin lagi..
2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian bisnis, perusahaan harus bisa meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian bisnis buku

yang ditawarkan melalui peningkatan kekuatan *personal selling* oleh perusahaan, maka penulis merekomendasikan agar perusahaan dapat lebih agresif lagi dalam menarik konsumennya, agar konsumen tersebut melakukan pembelian seperti halnya perusahaan harus memperhatikan kinerja *personal selling* untuk meyakinkan konsumen untuk membeli buku pada percetakan CV Angkasa.

