

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, maka pada akhir penelitian ini penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Konstanta sebesar 36.099 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel Personal Selling (secara matematika $X_1 = 0$) maka volume penjualan sebesar 36,099 unit. Koefisien regresi sebesar 0,084 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) variabel Personal Selling akan meningkatkan Volume Penjualan sebesar 0,084 unit. Dari perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara personal selling terhadap volume.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan yaitu:

Perusahaan hendaknya memberikan training customer satisfaction kepada salesman, agar praktek personal selling salesman dapat menjadi lebih baik lagi, sehingga volume penjualan perusahaan dapat bertambah. Praktek personal selling yang perlu diperhatikan yaitu :

- a) Persiapan sebelum penjualan, kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada tahap pertama ini adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju dan teknik penjualannya.
- b) Penentuan lokasi pembeli potensial, tahap kedua ini menentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi inilah dapat disusun sebuah daftar tentang calon pembeli atau pembeli potensial.
- c) Pendekatan pendahuluan, sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang calon pembelinya. Selain itu perlu juga mengetahui tentang produk atau merek apa yang sedang digunakan dan bagaimana reaksinya
- d) Melakukan penjualan, penjualan yang dilakukan, bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan mengetahui daya tarik mereka. Dan akhirnya penjual melakukan penjualan kepada pembeli.
- e) Pelayanan sesudah penjualan, biasanya kegiatan ini dilakukan untuk penjualan barang-barang industri seperti instalasi atau barang konsumsi tahan lama seperti almari es, televisi dan sebagainya. Kegiatan sesudah penjualan ini antara lain adalah : garansi, reparasi dan penghantaran barang.