

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, untuk meningkatkan Personal selling pada CV. Tanjung Emas, CV. Tanjung Emas perlu memperhatikan kerapian, keramahan, dan teknik closing dari para salesnya karena ketiga aspek ini memiliki persepsi yang rendah dibandingkan dengan aspek lainnya.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, untuk meningkatkan Saluran distribusi pada CV. Tanjung Emas, CV. Tanjung Emas perlu meningkatkan ketepatan waktu pengiriman karena aspek ini memiliki persepsi paling rendah dibandingkan aspek lainnya.
3. Berdasarkan hasil penelitian, aspek motif pada keputusan pembelian bukanlah aspek utama yang membuat konsumen melakukan pembelian, maka dari itu, CV. Tanjung Emas dapat mempertimbangkan untuk melakukan kerja sama dengan produsen lainnya atau mengajukan penambahan motif baru pada produsennya saat ini untuk meningkatkan aspek ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi. (2019, Maret 14). *Pasardana.id*. Retrieved Februari 2022, from Bikin Industri Keramik Posisi Ke-4 Dunia, Menperin Sebut 4 Langkah Strategis: <https://pasardana.id/news/2019/3/14/bikin-industri-keramik-posisi-ke-4-dunia-menperin-sebut-4-langkah-strategis/>
- Aini, N. N. (2018). *Pengaruh advertising dan personalselling terhadap keputusan pembelian(studi kasus pada konsumen kosmetik wardah di transmart runkut surabaya)*. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945. <http://repository.untag-sby.ac.id/595/>
- Aisyah, S. (2017). *Pengaruh citra merek DBL terhadap keputusan pembelian kaos olahraga basket di DBL Store Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya. <http://digilib.uinsby.ac.id/16671/>
- ASAKI. (2020). *ASAKI.ID*. Retrieved Februari 2022, from Tentang Kami:

<http://asaki.or.id/index.php/about-us/tentang-kami>

Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Sleman: Deepublish.

<https://books.google.co.id/books?id=OM->

Davey, J., & Marshall. (2019). Pengaruh Personal Selling dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Gypsum Yoshino pada PT. Surya Mitra Sukses Medan. *Aksara Public, Vol.3 No.3*, 154-162.

<http://www.aksarapublic.com/index.php/home/article/view/288>

Emawati, L. (2018). *Pengaruh Selera Konsumen dan Lingkungan Sosial Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konveksi pada " JINI COLLECTION*. Kudus: IAIN Kudus.

<http://repository.iainkudus.ac.id/2270/>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hudani , A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99-107.

<https://ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/j-mae/article/view/195>

Lysander, G. H., Venny , V., & Yovin , W. (2019). Pegaaruh Saluran Distribusi dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembeian Sepeda Motor Honda Beat pada PT Hamparan Orion Hasil Optimal Medan. *Aksara Public, volume 3 edisi 3*, 102-112.

<https://www.aksarapublic.com/index.php/home/article/view/284>

Nuprilianti, N. P. (2016). Pengaruh Personal Selling, Brand Image, Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Mobil. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 5 Nomor 1*.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/415>

Pablo, S. (2019, Maret 14). *CNBC Indonesia*. Retrieved Februari 2022, from Kapasitas Industri Keramik RI 580 Juta M2, Tapi Produksi 65%:
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20190314181922-4-60740/kapasitas-industri-keramik-ri-580-juta-m2-tapi-produksi-65>
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20190314181922-4-60740/kapasitas-industri-keramik-ri-580-juta-m2-tapi-produksi-65>

Purba, N. A (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran (Kualitas Produk, Harga , Promosi, dan Saluran Distribusi) terhadap Keputusan Pembelian Yamaha NMAX di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 5 Nomor 2*, 110-118.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11292>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Taslim, F., Jessy, Sibarani, H. J., & Siregar, M. (2019). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Pomade Merek GATSBY pada PT. ASIA PARAMITA INDAH MEDAN. *EDUTECH CONSULTANT BANDUNG, Volume 3 Nomor 3*, 66-75.
<https://www.aksarapublic.com/index.php/home/article/view/284>

Varian, Melvin, Natasya, & Yuniar, K. (2019). Pengaruh Pesonal Selling dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Keramik Garuda Tile pada PT. JUI SHIN IDONESIA MEDAN. *Wahana Informasi, Volume 8 Nomor 1*.

<https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/wahana/article/view/1452/1129>

Watung, D. E. (2016). *Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Wedding Package di The Kartipah Guest and Wedding House Bandung*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Hospitaliti. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata.

<http://repository.stp-bandung.ac.id/handle/123456789/80>

Wijaya , F., Andy, A., Vincent, V., Steven, S., & Harahap, R. A. (2019). Pengaruh Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek OMRON pada PT SUMBER MEDIKA INDONESIA MEDAN (DISTRIBUTOR ALAT KESEHATAN). *Jurnal Darma Agung*, 973-986.

<https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/268>

Zulfikry, R. I. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Air Minum Dalam Kemasan PT PAS Cikubang Padalarang*. Ekonomi dan Bisnis. Bandung: Universitas Pasundan.

<http://repository.unpas.ac.id/15862/>