

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *personal selling* terhadap minat beli yang dilihat melalui uji korelasi *Pearson Product Moment* dengan skor koefisien korelasi sebesar -0,139. *Personal selling* tidak memberikan pengaruh terhadap minat beli melalui hasil uji regresi linier sederhana, didapatkan nilai koefisien sebesar 0,167. Nilai koefisien adalah negatif sehingga dapat diartikan bahwa variabel *personal selling* tidak berpengaruh terhadap minat beli dapat diartikan apabila *personal selling* menurut maka minat beli juga akan semakin menurun.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) *Personal Selling* yang dilakukan oleh pramuniaga yang diharapkan dapat memberikan informasi terkait produk secara lebih agar konsumen lebih sadar akan adanya batik yang tersedia di Kampung Batik Rejomulyo belum maksimal. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih memfokuskan lagi mengenai dimensi dari *personal selling* yang lain seperti *prospecting* dan *qualifying*

- 2) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti lebih banyak variabel bebas yang mana dalam penelitian ini hanya terdapat satu variabel bebas yaitu *Personal Selling*. Dengan banyaknya variabel bebas, tentu dapat melihat lebih luas terkait aspek-aspek yang mempengaruhi minat beli konsumen.

