

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti, diperoleh kesimpulan bahwa ada hubungan positif antara persepsi terhadap SPG dengan pengambilan keputusan membeli pada wanita usia dewasa awal. Berarti semakin baik persepsi terhadap SPG, maka calon konsumen akan semakin tertarik dan akhirnya mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Nilai sumbangan efektif yang cukup tinggi yaitu sebesar 73 % menunjukkan bahwa persepsi terhadap SPG mempunyai pengaruh yang besar terhadap pengambilan keputusan untuk membeli.

#### **B. Saran**

Persepsi terhadap SPG mempunyai pengaruh yang besar terhadap pengambilan keputusan untuk membeli. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan saran kepada :

##### **1. Pihak produsen.**

Disarankan agar produsen agar dapat meningkatkan sumber daya manusia dalam hal ini SPG untuk menciptakan persepsi yang baik dalam diri calon konsumen.

Pelatihan-pelatihan yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan yang meliputi pengenalan dan pengidentifikasian diri dengan perusahaan, pengenalan produk-produk yang akan menjadi tanggung jawabnya, pengenalan karakteristik langganan dan saingan, pengenalan cara penjualan yang efektif, serta pengenalan prosedur di lapangan dan tanggung jawab dapat dipertahankan dan perlu juga untuk lebih ditingkatkan, karena hal tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan sumber daya manusia dalam hal ini SPG agar dalam benak calon konsumen terdapat persepsi yang baik terhadap SPG. Karena berdasarkan hasil penelitian, persepsi yang baik terhadap SPG akan membuat calon konsumen mau membeli produk yang ditawarkan.

## 2. Pihak konsumen

Konsumen diharapkan dapat lebih memanfaatkan SPG sebagai sumber informasi sebelum mengambil keputusan untuk membeli agar keputusan yang diambil sungguh-sungguh tepat.

## 3. Peneliti lain

Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti masalah ini agar memasukkan variabel lain yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk membeli seperti jenis kelamin, pendidikan, atau kelas sosial. Selain sebaiknya penelitian dilakukan pada produk yang berbeda agar dapat dilihat apakah ada perbedaan.