

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan pembahasan hasil penelitian maka pada bab ini berisi simpulan dan saran.:

#### A. Simpulan

Simpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel independen pertama yakni promosi penjualan ( $X_1$ ) memiliki nilai positif. Artinya, semakin baik promosi penjualan maka semakin baik dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian kopi Semendo di wilayah Kuto Palembang. Variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian kopi Semendo yakni sebesar 0.799 dengan taraf signifikansi 0.000, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar konsumen menyatakan setuju bahwa promosi penjualan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen.
2. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel independen kedua yakni *personal selling* ( $X_2$ ) memiliki nilai positif. Artinya, semakin baik *personal selling* maka semakin baik dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian kopi Semendo di wilayah Kuto Palembang. Variabel *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan pada uji regresi

berganda dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian kopi Semendo yakni sebesar 0.580 dengan taraf signifikansi 0.000, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar konsumen menyatakan setuju bahwa *personal selling* yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen. Hasil uji F, secara simultan kedua variabel independen promosi penjualan dan *personal selling* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel proses keputusan pembelian dengan signifikansi sebesar 0.000. Dari koefisien determinasi di dapat nilai *Adjusted R Square* dalam penelitian ini sebesar 0.703, Artinya sebesar 70.3% variabel promosi penjualan dan *personal selling* memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian kopi Semendo. Sebesar 29.7% variabel keputusan pembelian kopi Semendo dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lainnya.

1. Variabel promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian sehingga perlunya meningkatkan kegiatan promosi penjualan dengan cara memberikan beberapa potongan harga ataupun diskon. Pemberian promosi *buy 3 get 1 free* juga merupakan salah satu cara dalam meningkatkan proses keputusan pembelian

konsumen mengingat kopi sudah menjadi salah satu kebutuhan konsumen di wilayah Kuto, Palembang.

2. Variabel *personal selling* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian kopi Semendo sehingga layanan *personal selling* perlu ditingkatkan lagi dengan cara selalu bersikap sopan dan ramah kepada konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga karyawan memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk selain itu juga, karyawan juga mampu melayani konsumen dengan sopan.