

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan mengenai pengaruh variabel personal selling staf penjualan dan ketersediaan produk Nmax 155 terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah:

1. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pengaruh *Personal Selling* dapat ditunjukkan oleh uji t (parsial), dimana nilai p-value selalu kurang dari nilai α yaitu 5% atau 0,050. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pengaruh Personal Selling, tingkat signifikansi $0,000 < 0,050$ ditunjukan dengan nilai t-hitung $7,009 > t\text{-tabel } 1,660$ maka dapat disimpulkan bahwa Personal Selling (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,050 dengan nilai t hitung $> t$ tabel. Dapat disimpulkan bahwa Personal Selling staf penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah.
2. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pengaruh Ketersediaan Produk dapat ditunjukkan oleh uji t (parsial), dimana nilai p-value selalu kurang dari nilai α yaitu 5% atau 0,050. Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pengaruh Ketersediaan Produk, tingkat signifikansi $0,000 < 0,050$ ditunjukan dengan nilai t-hitung $4,585 > t\text{-tabel } 1,660$ maka dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,050 dengan

3. Nilai t hitung $>$ t tabel. Dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Produk Yamaha Nmax 155 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah.
4. Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat dilihat terdapat pengaruh Personal Selling (X1) dan Ketersediaan Produk (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari tabel di atas, didapatkan F hitung sebesar $67,446 >$ F tabel sebesar $3,090$ dengan nilai probabilitas signifikan sebesar $0,000$ yang terlihat bahwa nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari $0,050$. R-Square bernilai $0,582$ berarti koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan Produk dan Personal Selling dapat bertanggung jawab atas $58,2\%$ variabilitas Keputusan Pembelian. Karena probabilitas $0,000$ lebih kecil dari $0,050$ dan F hitung lebih besar dari F tabel maka dapat disimpulkan *Personal Selling* staf penjualan dan Ketersediaan Produk Yamaha Nmax 155 secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Nmax 155 di PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah.

B. Saran

Beberapa saran yang bisa disampaikan untuk PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah dan penelitian selanjutnya adalah:

1. Bagi PT. Yamaha Lautan Teduh Rumbia Cabang Lampung Tengah

a) Personal Selling

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap personal selling sebesar 3,79 yang berarti diinterpretasikan bahwa responden setuju dengan personal selling yang diberikan oleh staf penjualan Yamaha Nmax 155 pada PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah. Semua nilai R-hitung pada variabel personal selling lebih besar dari R-tabel, hasil pengolahan menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan dalam variabel personal selling dapat dianggap valid untuk mengukur instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai signifikansi $< 0,000$ artinya semua item pertanyaan valid. Nilai Cronbach's Alpha untuk seluruh variabel personal selling adalah di atas 0,80 yang menunjukkan bahwa konstruk pada model yang diestimasi memenuhi kriteria yang sudah sesuai persyaratan. Tidak ada juga gejala multikolinearitas dalam variabel Personal Selling, karena nilai VIF Personal Selling adalah $1 < 1,323 < 10$. Dengan hubungan 0,701 antara variabel personal selling dan keputusan pembelian dengan signifikansi 0,000 di bawah 0,050 dapat dilihat bahwa ada korelasi yang sangat kuat dan signifikan antara keduanya sebagai pengaruh terbesar terhadap keputusan

pembelian daripada ketersediaan produk. Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi Personal Selling, ditemukan nilai koefisien regresi yang menunjukkan angka positif sebesar 0,555. Hasil ini menunjukkan bahwa jika satu satuan variabel Personal Selling meningkat dengan variabel independen lain yang diasumsikan konstan, itu akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 55,50%. Maka terdapat beberapa saran yang bisa disampaikan untuk PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah terkait personal selling adalah:

1. Sebagai norma subjektif yang disukai konsumen, staf penjualan pada PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah sebaliknya lebih responsif terhadap produk yang dijual. Secara personal, staf penjualan dapat memberikan pesan melalui email atau media lainnya tentang pengembangan produk Yamaha atau penawaran khusus kepada konsumen. Jangan sampai terjadi kesenjangan antara staf penjualan dan konsumen Yamaha yang menghasilkan kendala hingga menciptakan kualitas layanan penjualan PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah secara personal dengan konsumen Yamaha yang kurang baik. Personal selling harus selalu dapat diandalkan. Staf penjualan dapat meningkatkan kemampuannya dalam pengetahuan mengenai produk

kepada konsumen Yamaha. Sikap dan norma subjektif tentang perilaku staf penjualan kepada konsumen Yamaha harus selalu dijaga.

2. PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah dapat menambahkan bonus pada setiap produk Yamaha yang dibeli oleh konsumen. Strategi diskon dapat menjadi pilihan juga. Selain itu, staf penjualan tetap harus memperhatikan mengenai ketertarikan konsumen Yamaha pada tampilan point-of-purchase dan cara staf penjualan mempromosikan produk Yamaha. Konsumen Yamaha secara personal harus selalu dilayani oleh staf penjualan yang jujur, mampu bernegosiasi dengan konsumen Yamaha, dan memiliki keterampilan promosi yang cukup baik. Staf penjualan harus selalu memegang komitmen mereka terhadap janji-janji mereka dan kesabaran mereka dalam berurusan dengan konsumen Yamaha. Evaluasi konsumen terhadap personalitas staf penjualan secara umum harus baik. PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah harus dapat mempromosikan mengenai produknya dengan baik kepada konsumen Yamaha.
3. Staf penjualan harus memainkan peran besar dalam mempromosikan barang dan memberikan diskon yang mendorong konsumen Yamaha untuk melakukan pembelian

di PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah. Staf penjualan harus selalu optimal dalam melakukan presentasi mereka (mendemonstrasikan produk Yamaha), menjual sesuai urutan SOP PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah, kontak langsung dengan konsumen Yamaha dan semua hal positif lainnya yang mereka harus berikan dengan baik sebagai kegiatan promosi.

b) Ketersediaan Produk

Hasil analisis rata-rata penilaian responden terhadap ketersediaan produk sebesar 3,17 yang berarti responden netral dengan ketersediaan produk motor Yamaha Nmax 155 pada PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah. Semua nilai R-hitung pada variabel ketersediaan produk lebih besar dari R-tabel, hasil pengolahan menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan dalam variabel ketersediaan produk dapat dianggap valid untuk mengukur instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai signifikansi $< 0,000$ artinya semua item pertanyaan valid. Nilai Cronbach's Alpha untuk seluruh variabel ketersediaan produk adalah di atas 0,70 yang menunjukkan bahwa konstruk pada model yang diestimasi memenuhi kriteria yang sudah sesuai persyaratan. Tidak ada juga gejala multikolinearitas dalam variabel Ketersediaan Produk, karena nilai VIF

Ketersediaan Produk adalah $1 < 1,323 < 10$. Hubungan antar variabel ketersediaan produk dengan keputusan pembelian adalah 0,608 dengan signifikansi 0,000 di bawah 0,050 menunjukkan hubungan yang sangat erat dan signifikan antara variabel ketersediaan produk dengan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi Ketersediaan Produk, ditemukan nilai koefisien regresi yang menunjukkan angka positif sebesar 0,380. Hasil ini menunjukkan bahwa jika satu satuan variabel Ketersediaan Produk meningkat dengan variabel independen lain yang diasumsikan konstan, itu akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 38,00%. Maka terdapat beberapa saran yang bisa disampaikan untuk PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah terkait ketersediaan produk adalah:

1. PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah harus selalu bisa memastikan harga dan ketersediaan produk Yamaha. Secara berkala, PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah dapat memberikan diskon yang menarik kepada konsumen Yamaha dan selalu memberikan jaminan ketersediaan produk Yamaha. Berbagai tipe dan warna yang terdapat pada produk Yamaha harus selalu tersedia. Toko juga dapat memberikan berbagai pilihan penawaran kepada konsumen

Yamaha. Toko sebaiknya selalu melakukan inventory atau safety stock dengan rutin.

2. PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah juga harus selalu memenuhi pesanan dari konsumen Yamaha secara cepat dan tepat waktu. Akan menjadi baik, bila toko dapat selalu memenuhi permintaan konsumen Yamaha terkait pembelian musiman dengan bisa memberikan diskon khusus pada momen-momen tertentu. PT Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah juga bisa memberikan kesempatan kepada toko agen penjualan untuk ikut langsung menjadi distributor Yamaha.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- 1) Penelitian selanjutnya bisa membuat sampel yang lebih luas dan ukuran yang lebih banyak agar dapat lebih mendeteksi variasi sampel di dalam populasi yang belum terdeteksi.
- 2) Selain data primer, penelitian selanjutnya bisa lebih memperdalam penelitiannya dengan memperkuat data sekunder agar gambaran penelitian bisa lebih jelas lagi.
- 3) Penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel lainnya yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang belum diteliti dalam penelitian ini. Variabel lainnya

bisa memiliki potensi juga untuk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian selanjutnya juga bisa mengembangkan model penelitian dengan menambah jumlah indikator pada setiap variabel yang akan diteliti selanjutnya.