

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Personal Selling*, *Sales Promotion*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pupuk LOB di kalangan petani Way Bungur, Lampung Timur, yang telah dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 26, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk LOB. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (uji-t) yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan tenaga penjual dalam melakukan pendekatan, memberikan informasi, serta membangun komunikasi dengan konsumen, maka keputusan pembelian Pupuk LOB akan semakin meningkat.
2. *Sales Promotion* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk LOB. Hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi penjualan seperti pemberian diskon, bonus, maupun bentuk promosi lainnya mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong keputusan pembelian Pupuk LOB.
3. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk LOB. Hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa semakin baik pelaksanaan tanggung jawab sosial

perusahaan, maka semakin meningkat pula kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan produk Pupuk LOB.

4. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk LOB. Hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik, sesuai kebutuhan petani, dan memberikan hasil yang optimal akan meningkatkan keputusan pembelian Pupuk LOB.
5. *Personal Selling*, *Sales Promotion*, *Corporate Social Responsibility*, dan Kualitas Produk secara simultan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah Kualitas Produk karena memiliki nilai β 0.340 terbesar dibandingkan variabel lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan kepada PT Inbio Tani Nusantara adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan konsistensi TSR dalam menepati jadwal kunjungan kepada petani *menepati janji kunjungan secara rutin setiap harinya*" memperoleh nilai rata-rata terendah pada variabel *Personal Selling*. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kedisiplinan dan pengawasan terhadap aktivitas TSR agar kepercayaan petani terhadap perusahaan semakin meningkat.
2. Meningkatkan intensitas komunikasi dan penyampaian informasi promosi secara langsung kepada petani. Hal ini diperlukan karena sebagian petani masih lebih sering menerima informasi promosi melalui penyalur dibandingkan langsung dari TSR. Komunikasi langsung yang lebih aktif diharapkan dapat meningkatkan

efektivitas kegiatan *personal selling* dan memperkuat hubungan perusahaan dengan petani.

3. Meningkatkan frekuensi kunjungan lapangan TSR kepada petani. Kunjungan yang lebih rutin akan memudahkan perusahaan dalam memahami kebutuhan petani, memberikan pendampingan penggunaan produk, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.
4. Meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan terhadap *program Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Perusahaan perlu memastikan bahwa seluruh kegiatan CSR tersampaikan dengan baik kepada masyarakat dan petani sehingga program yang dijalankan dipandang sebagai kegiatan resmi, bermanfaat, dan dapat dipercaya.
5. Menunjukkan manfaat nyata dan fungsi produk pupuk LOB secara lebih intensif kepada petani. Perusahaan dapat melakukan demonstrasi produk, uji coba lapangan, maupun berbagi testimoni keberhasilan penggunaan produk sehingga petani dapat merasakan secara langsung manfaat yang diberikan oleh pupuk LOB. Dengan demikian, keyakinan petani terhadap kualitas produk dan keputusan pembelian dapat semakin meningkat.
6. Mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas produk pupuk LOB, karena berdasarkan hasil penelitian variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, perusahaan perlu menjaga mutu produk, konsistensi kualitas, serta kemampuan produk dalam memberikan hasil yang sesuai dengan harapan petani.