

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman (X1), Harga (X2), dan Produk Kompetitor (X3) Terhadap Keputusan pada Pembelian (Y) Produk Kopiko di CV.Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo, berdasarkan hasil pada pengujian di dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi Interpersonal Salesman (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pada Pembelian (Y) Produk Kopiko di CV.Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo.
2. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pada Pembelian (Y) Produk Kopiko di CV.Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo.
3. Produk Kompetitor (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pada Pembelian (Y) Produk Kopiko di CV.Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo.
4. Komunikasi Interpersonal Salesman (X1), Harga (X2), dan Produk Kompetitor (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pada Pembelian (Y) Produk Kopiko di CV.Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo.

#### 1.2 Saran

Peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

CV.Tirta Raharja Ponorogo dapat memberikan daya saing di bidang distributor pemasaran.Selain itu perlu memperbaiki lagi komunikasi salesmannya karena dalam penelitian ini menemukan salah satu indikator komunikasi interpersonal yaitu komunikasi yang baik dan mudah dipahami mendapat respon yang rendah diantara indikator komunikasi interpersonal lainnya sehingga peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk memberikan arahan atau pelatihan agar mampu memberikan manfaat secara langsung, serta menjaga hubungan baik salesman dengan costumer terus terjaga sehingga mendapatkan kepercayaan costumer terus meningkat..Berdasarkan metode uji T data menghasilkan bahwa variabel harga menjadi pengaruh paling signifikan diantara variabel lain sehingga perusahaan disarankan untuk meninjau ulang harga dipasaran yang kompetitif sehingga sesuai dengan manfaat yang diterima costumer.

## 2. Bagi Universitas

Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo khususnya Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang ilmu manajemen.

## 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Selanjutnya dari hasil penelitian ini minimal dapat mendorong dan memicu dilakukanya penelitian-penelitian berikutnya dibidang pemasaran produk dengan memakai variabel mediasi untuk menyambungkan pengaruhnya secara kompleks terhadap keputusan pembelian customer.

- b. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi mendapatkan hasil bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 66,3% maka dari itu peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya bisa ditambahkan variabel-variabel yang lain untuk memperkuat pengaruhnya terhadap variabel dependen.
- c. Rekomendasi untuk penelitian yang akan mendatang ialah sampel yang lebih spesifik serta metode yang lebih kompleks untuk mendapatkan hasil yang maksimal terkait pengaruh komunikasi interpersonal salesman, harga, dan produk kompetitor terhadap keputusan pembelian customer base retail..

