

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

*Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah di uraikan pada bab yang sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini ialah sebagai berikut”:*

- 1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel Komunikasi Efektif Salesman positif signifikan mempengaruhi minat beli outlet retail di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.*
- 2. Berdasarkan penelitian bahwa variabel harga tidak positif signifikan mempengaruhi minat beli outlet retail di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.*
- 3. Berdasarkan penelitian bahwa pengaruh variabel promosi tidak positif signifikan mempengaruhi minat beli outlet retail di PT. Javas Tripta Ponorogo.*
- 4. Pengaruh Variabel Komunikasi Efektif (X1), Variabel Harga (X2), dan Variabel Promosi (X3) secara bersama-sama terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y) dapat dilihat pada kolom F hitung dan signifikansi (tabel coefisien) didapatkan berpengaruh **positif signifikan** terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.*

#### B. Saran

Peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak sebagai berikut : “

- 1. Bagi Perusahaan*

*PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo dapat memberikan daya saing di bidang distributor pemasaran , Selain itu perlu memperbaiki lagi komunikasi salesman yang lebih baik lagi, memberikan manfaat secara langsung, serta menjaga hubungan baik salesman dengan outlet terus terjaga sehingga mendapatkan kepercayaan outlet terus meningkat. Penelitian ini menemukan bahwa satu diantara indikator promosi yakni pemberian support berupa sample produk dan promosi melalui media sosial dan iklan di televisi mendapat respon yang paling rendah di antara indikator promosi lainnya sehingga peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk lebih meningkatkan faktor promosi yang akan menambah wawasan outlet tentang produk Pilkita. Berdasarkan penyebaran kuisisioner terkait harga masih ditemukan adanya keluhan outlet terhadap salesman sehingga perusahaan disarankan untuk meninjau ulang harga di pasaran yang kompetitif sesuai dengan manfaat yang diterima outlet.*

*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 minat beli outlet retail. “*

- b. Masih minim nya pengetahuan tentang harga dan promosi sehingga di penelitian ini mendapatkan hasil yang kurang maksimal di ke dua variabel tersebut.*
- c. Masih kecil nya pengaruh variabel di penelitian ini hanya 45% maka bisa di tambahkan variabel-variabel yang lain untuk memperkuat pengaruhnya terhadap variabel dependen.*
- d. Rekomendasi untuk penelitian yang akan mendatang ialah sampel yang lebih spesifik serta metode yang lebih kompleks untuk mendapatkan hasil yang maksimal terkait pengaruh komunikasi efektif salesman, harga, dan promosi terhadap minat beli outlet retail.*



#### **DAFTAR PUSTAKA**

*Manajemen Pemasaran Petra, 2(1), 1–10.*

*bab II, 2017. (n.d.).*

*Hamidi. (2013). Bab Iii Metode Penelitian a. METODE PENELITIAN ILMIAH, 84, 487–492. [http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2547/5/BAB\\_III.pdf](http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2547/5/BAB_III.pdf)*