

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

1. *Personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Mitra Gorden Majalengka.
2. *Direct marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Mitra Gorden Majalengka.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Mitra Gorden Majalengka.

B. Implikasi

1. Teoritis
 - a. *Personal selling* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin baik penerapan *personal selling* maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian.
 - b. *Direct marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin baik penerapan *direct marketing* maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian.
 - c. Persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin meningkat pemahaman konsumen terhadap persepsi harga maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian

2. Manajerial

- a. Untuk meningkatkan pelaksanaan *personal selling* ada beberapa hal yang harus perbaiki oleh UMKM Mitra Gorden Majalengka diantaranya:
 - Pemasar selalu menanyakan tentang keberatan yang dirasakan penjual, apakah keberatan dari segi harga, kualitas atau pelayanan yang diberikan
 - Meningkatkan disiplin karyawan untuk selalu berpakaian seragam, memakai sepatu sesuai dengan SOP yang telah ditentukan.
 - Karyawan dalam melayani konsumen hendaknya diawali dengan mengenalkan identitas, sebelum memperkenalkan produk.
- b. Untuk meningkatkan pelaksanaan *direct marketing* ada beberapa hal yang harus perbaiki oleh UMKM Mitra Gorden Majalengka diantaranya:
 - Elektronik katalog dan brosur tidak hanya berupa gambar, tetapi dilengkapi dengan nama dan fungsi produk, kelebihan dan kekurangan serta harga harus dicantumkan dengan deskripsi yang mudah dipahami.
 - Customer service hendaknya meningkatkan tatabahasa yang mudah dimengerti dan berbicara dengan penuh sopan santun.
- c. Untuk meningkatkan persepsi harga yang positif ada beberapa hal yang harus perbaiki oleh UMKM Mitra Gorden Majalengka diantaranya:

- UMKM Mitra Gorden dalam menetapkan harga hendaknya mengumpulkan informasi terlebih dahulu dari kompetitor lain, sehingga harga yang ditetapkan kompetitif dengan toko lain.
- Produk yang dipasarkan agar lebih beragam dari sisi harga, tidak hanya menasar satu segmen menengah ke atas atau menengah ke bawah, hal ini untuk menjangkau semua lapisan masyarakat.

C Keterbatasan Penelitian

Penelitian memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu perusahaan, sehingga hasil penelitian tidak bisa di generalisasikan pada perusahaan lain
2. Variabel penelitian hanya dibatasi pada *personal selling*, *direct marketing* dan persepsi harga sehingga perlu ditambah variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti brand image, kualitas produk, dan lain-lain.

D Saran Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian yang akan datang hendaknya meneliti variabel lain yang di duga mempengaruhi keputusan pembelian, untuk membantu para pelaku bisnis khususnya UMKM untuk meningkatkan efektivitas variabel-variabel tersebut dalam mengendalikan keputusan pembeliannya.