

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah diuraikan pada BAB IV, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai *Price*, *Sales Person* dan *Service quality* pada nasabah cabang Medan Petisah, maka dapat disimpulkan *Price* berpengaruh positif terhadap Penjualan Produk, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
2. *Sales Person* berpengaruh positif terhadap Penjualan Produk pada nasabah cabang Medan Petisah. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan penulis yaitu *Sales Person* diduga berpengaruh positif terhadap Penjualan Produk, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
3. *Service Quality* berpengaruh positif terhadap Penjualan Produk pada nasabah cabang Medan Petisah. Hal ini menyatakan hipotesis yang dirumuskan penulis yaitu *Service Quality* diduga berpengaruh positif terhadap Penjualan Produk, telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.



5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini variabel *Price* berpengaruh positif. Namun beberapa hal yang harus perlu diperhatikan seperti, memperjelas harga dengan kesesuaian dengan manfaat produk tersebut dan persaingan harga di pasar. Sehingga masyarakat akan lebih percaya untuk menggunakan jasa perusahaan.
2. Sementara untuk variabel *Sales Person*, perlu diperhatikan peningkatan pengetahuan karyawan tentang perusahaan dan produk, sehingga konsumen percaya untuk melakukan pembelian produk perusahaan. Dan penampilan dari karyawan juga harus lebih menarik dan komunikatif untuk membangun kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan guna peningkatan penjualan produk perusahaan.
3. Dan untuk *Service Quality* harus benar-benar diperhatikan. Pelayanan yang baik dan sopan sangat mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian produk. Harus lebih tanggap dan cepat dalam pemberian informasi kepada konsumen. Karena *Service Quality* salah satu faktor yang sangat menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian produk perusahaan, jadi memang harus benar-benar diperbaiki dan dipertahankan.
4. Kepada peneliti selanjutnya, karena penelitian ini baru sampai mengangkat pengaruh *Price*, *Sales Person* dan *Service quality* yang memiliki nilai R Square rendah yaitu sebesar 37%, dan sisanya 63% merupakan faktor lainnya diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Maka peneliti menyarankan adanya penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam dengan menambahkan variabel bebas seperti merk, promosi, komitmen, dan kepuasan konsumen yang berkaitan dengan Penjualan Produk.