

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diperoleh sehingga simpulan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel penjualan pribadi (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Usaha Kiat Permata. Hal ini dikarenakan hasil penelitian yang menunjukkan t hitung 2,820 lebih besar dari t tabel (1,9799) dan *Sig.* 0,006 lebih kecil dari 0,05.
2. Variabel kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Usaha Kiat Permata. Hal ini dikarenakan hasil penelitian yang menunjukkan t hitung 5,969 lebih besar dari t tabel (1,9799) dan *Sig.* 0,000 lebih kecil dari 0,05.
3. Variabel kepercayaan pembelian (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Usaha Kiat Permata. Hal ini dikarenakan hasil penelitian yang menunjukkan t hitung 3,490 lebih besar dari t tabel (1,9799) dan *Sig.* 0,001 lebih kecil dari 0,05.
4. Variabel penjualan pribadi (X1), kualitas produk (X2) dan kepercayaan pembelian (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT Usaha Kiat Permata. Hal ini dikarenakan hasil penelitian yang menunjukkan f hitung 98,122 lebih besar dari f tabel (2,68) dan *Sig.* 0,000 lebih kecil dari 0,05.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah diperoleh sehingga saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada PT Usaha Kiat Permata untuk meningkatkan kemampuan penjualan pribadi dengan cara memberikan pelatihan agar dapat mengetahui hal-hal apa saja yang harus ditawarkan kepada konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Diharapkan kepada PT Usaha Kiat Permata untuk meningkatkan kualitas produk yang dijual dengan cara mengecek kembali produk yang dibeli konsumen agar memastikan produk tidak terdapat kerusakan serta dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Diharapkan kepada PT Usaha Kiat Permata untuk meningkatkan kepercayaan pembelian kepada konsumen dengan cara memenuhi harapan serta tuntutan seluruh konsumen, hal ini bertujuan agar konsumen tetap percaya kepada PT Usaha Kiat Permata serta dapat meningkatkan keputusan pembelian.
4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian dengan cara menambahkan atau menggunakan variabel bebas yang lain dalam mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini bertujuan agar hasil penelitian lebih menarik serta penelitian dapat bervariasi.