

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Setelah dilakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kesadaran pembeli terhadap perubahan Susu Indomilk cukup tinggi yaitu 74% responden menjawab mengetahui akan perubahan yang dilakukan oleh susu Indomilk dan hanya 26,66% yang tidak mengetahui akan perubahan yang dilakukan oleh susu Indomilk
2. Sebanyak 96% responden menjawab bahwa Komunikasi Antar Pribadi berpengaruh terhadap hubungan Agen dan Konsumen dan akan melakukan pembelian ulang di Agen susu Kelapa Gading. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyadari pentingnya Komunikasi Antar Pribadi dalam peningkatan hubungan Agen dan Konsumen pada Agen susu Indomilk Kelapa Gading dan akan melakukan pembelian ulang di Agen susu Indomilk Kelapa Gading
3. Pada uji korelasi antara Komunikasi Antar Pribadi dan Peningkatan Penjualan, hasil koefisien korelasinya menunjukkan angka 0,263 yang masuk ke kategori korelasi cukup, dan r tabel dengan $\alpha = 0,05$ sebesar 0,195. Dengan begitu r hitung $(0,263) > r$ table $(0,195)$, sehingga model persamaan tersebut signifikan. Jadi dari hasil analisis dapat dilihat bahwa antara Komunikasi Antar Pribadi Agen dan Konsumen dan Peningkatan Penjualan mempunyai





hubungan yang cukup dan signifikan. Jadi dari hasil analisis dapat dilihat bahwa antara Komunikasi Antar Pribadi Agen dan Konsumen dan Peningkatan Penjualan mempunyai hubungan yang cukup dan signifikan.

4. Strategi Komunikasi Antar Pribadi Penjual sudah tepat. Hasil analisis Komunikasi Antar Pribadi dengan menggunakan Regresi Sederhana menunjukkan bahwa Variabel Komunikasi Antar Pribadi mempunyai t hitung $= 2,702 > t$ tabel $= 1,98$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. SARAN

1. Agen Susu Kelapa Gading sebaiknya senantiasa mempertahankan dan meningkatkan serta harus mengontrol Komunikasi Antar Pribadi agar pembeli tidak hanya mengingat Agen Susu Kelapa Gading sampai tahap membeli tetapi dapat sampai kepada tahap membeli ulang dan mempromosikan ke rekan terdekatnya
2. Walaupun komunikasi antar pribadi terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan susu Indomilk, namun disarankan tetap melakukan kegiatan promosi media massa dan promosi produk, seperti pembeli tetap mendapatkan diskon khusus dan harga khusus.