

## BAB V

### PENUTUP

Berdasarkan uraian dan hasil analisis pada bab-bab sebelumnya mengenai pengaruh *customer orientation*, *adaptive selling*, *service orientation*, dan *sales aptitude* terhadap *salesperson performance* pada PT. Andalas Berlian Motors di Kota Padang, dapat diambil kesimpulan, implikasi dan saran sebagai berikut :

#### 5.1. Kesimpulan.

Sebagai kesimpulan didalam penelitian ini dari hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa *customer orientation* atau orientasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *salesperson performance* atau kinerja tenaga penjual pada PT Andalas Berlian Motors dikota Padang. Artinya adalah ketika kemampuan orientasi konsumen meningkat, maka akan terjadi juga peningkatan pada kinerja tenaga penjual tersebut. Begitu juga sebaliknya, ketika kemampuan orientasi konsumen menurun, maka akan terjadi juga penurunan pada kinerja tenaga penjual tersebut. Dengan demikian, semakin baik pendekatan penjualan dengan orientasi konsumen yang dilakukan oleh tenaga penjual dalam menggali dan memenuhi kebutuhan konsumen maka kinerja penjualan juga akan semakin baik dan meningkat.

Kemudian *adaptive selling* atau penjualan adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap *salesperson performance* atau kinerja tenaga penjual pada PT Andalas Berlian Motors dikota Padang. Artinya adalah ketika kemampuan

*adaptive selling* meningkat, maka akan terjadi juga peningkatan pada kinerja tenaga penjual tersebut. Begitu juga sebaliknya, ketika kemampuan *adaptive selling* menurun, maka akan terjadi juga penurunan pada kinerja tenaga penjual tersebut. Dengan demikian, semakin baik pendekatan penjualan adaptif yang dilakukan oleh tenaga penjual dalam memenuhi kebutuhan setiap konsumen yang mereka miliki maka kinerja penjualan juga akan semakin baik dan meningkat.

Selanjutnya *service orientation* atau orientasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *salesperson performance* atau kinerja tenaga penjual pada PT Andalas Berlian Motors di kota Padang. Artinya adalah ketika kemampuan orientasi layanan meningkat, maka akan terjadi juga peningkatan pada kinerja tenaga penjual tersebut. Begitu juga sebaliknya, ketika kemampuan orientasi layanan menurun, maka akan terjadi juga penurunan pada kinerja tenaga penjual tersebut. Dengan demikian, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh tenaga penjual kepada konsumen yang mencakup pada suatu kualitas interaksi hubungan pembeli dan penjual maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian bahkan dalam waktu jangka panjang dan berulang. Maka dengan sendirinya kinerja penjualan dari tenaga penjual tersebut juga akan semakin baik dan meningkat.

Terakhir ditemukan bahwa *sales aptitude* atau bakat penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *salesperson performance* atau kinerja tenaga penjual pada PT Andalas Berlian Motors di kota Padang. Artinya adalah ketika *sales aptitude* atau bakat penjualan meningkat, maka akan terjadi juga peningkatan pada kinerja tenaga penjual tersebut. Begitu juga sebaliknya, ketika *sales aptitude* atau

bakat penjualan menurun, maka akan terjadi juga penurunan pada kinerja tenaga penjual tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi bakat atau kemampuan yang dimiliki oleh tenaga penjual dalam melakukan proses penjualan maka semakin besar kemungkinan mereka untuk meningkatkan dan memaksimalkan kinerja dalam melakukan proses penjualan produk perusahaan.

Secara keseluruhan, jika dilihat dari nilai *original sample* yang muncul pada tabel *path coefficient* ditemukan bahwa nilai yang paling tinggi yaitu *sales aptitude*. Hal tersebut memperlihatkan bahwa variabel *sales aptitude* merupakan yang paling kuat pengaruhnya diantara variabel yang lain. Dengan kata lain *sales aptitude* atau bakat penjualan yang dimiliki oleh tenaga penjual adalah pengaruh yang paling besar dalam upaya peningkatan kinerja tenaga penjual.

## 5.2. Implikasi

Agar penelitian ini dapat berimplikasi bagi pihak pengambil kebijakan maka:

- a. Dari pencapaian rata-rata atas jawaban yang diberikan oleh setiap responden, pencapaian rata-rata tertinggi terdapat pada variabel *customer orientation* pada item indikator *customer orientation2* (CO2). Artinya tenaga penjual perusahaan sudah menawarkan produk yang paling sesuai dengan masalah dan kebutuhan konsumen karena dapat dilihat dari tingkat rata-rata jawaban responden yang cukup tinggi. Hal ini sudah cukup bagus tetapi lebih baik jika ditingkatkan lagi demi pencapaian yang lebih maksimal, karena lebih besar lagi peluang perusahaan untuk meningkatkan kinerja tenaga penjual yang mereka miliki.

- b. Dilain sisi, jika dilihat dari pencapaian rata-rata terendah yang diberikan oleh responden yaitu terdapat pada variabel *service orientation* pada item indikator *service orientation*5 (SO5). Artinya dari segi pelayanan, jumlah waktu dan kunjungan yang dilakukan oleh tenaga penjual kepada konsumen harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi. Hal ini tentu sangat mempengaruhi proses penjualan karena sebagai contoh, setelah konsumen melakukan proses pembelian kendaraan, maka jika semakin sering konsumen tersebut di *follow-up* atau di kunjungi baik itu untuk menanyakan jika ada keluhan atau bisa saja berkemungkinan konsumen tersebut berkeinginan untuk melakukan pembelian ulang kepada tenaga kerja yang bersangkutan.
- c. Dari segi pelayanan yang dilakukan oleh tenaga penjual maupun staff pada PT. Andalas Berlian Motors sebaiknya selalu ditingkatkan dan dimaksimalkan. Contohnya melakukan beberapa pelayanan tambahan berupa *home service* kepada setiap pelanggan tetap perusahaan. Sehingga pelanggan tersebut akan merasa diprioritaskan oleh pihak perusahaan.
- d. Kemudian pada kelas kendaraan mewah seperti Pajero Sport maupun Delica, sebaiknya disediakan ruang *service priority* bagi konsumen yang akan melakukan *service* kendaraan mereka, yang mana mereka mendapatkan pelayanan utama dan berbeda dibandingkan dengan konsumen lain pada kelas mobil menengah kebawah.

### 5.3. Saran Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kepada kesimpulan penelitian yang telah dilakukan maka diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat positif antara lain sebagai berikut :

- a. Dari segi metode sampling yang digunakan, untuk para peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik sampling yang berbeda dengan penelitian ini guna mendapatkan jumlah sampel yang lebih luas dan lebih representatif lagi dalam mendapatkan cakupan data yang lebih banyak. Misalnya meneliti pada jangkauan perusahaan otomotif se Sumatera Barat bahkan se Indonesia.
- b. Dari segi variabel penelitian, para peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain diluar penelitian ini, karena masih banyak lagi variabel yang dapat mempengaruhi kinerja tenaga penjual atau *salesperson performance*. Seperti variabel *sales commitment*, *job satisfaction*, *marketing mix*, dan sebagainya.
- c. Kemudian peneliti selanjutnya disarankan untuk melihat dari segi konsumen atau meneliti konsumen sebagai objek penelitian. Misalnya mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh tenaga penjual perusahaan dalam menjual produk, dan sebagainya.

