

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa media komunikasi pemasaran langsung multi tingkat (pemasaran melalui tatap muka, pemasaran melalui katalog, pemasaran melalui *handphone*, dan pemasaran melalui kios) berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengambilan keputusan pembelian produk PT.K-LINK di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manajemen PT.K-LINK sebaiknya lebih memperhatikan informasi mengenai isi katalog dari manfaat produk-produk. Setiap peningkatan pemasaran melalui katalog (X₂) sebesar 1% akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,175%.

Dalam pemasaran melalui katalog sebaiknya manajemen PT.K-LINK harus lebih memperhatikan cara penyajian produk berdasarkan kategori usia atau jenis penyakit, bahan utama beserta khasiat produk,

dan sertifikat MUI produk agar lebih mampu menarik konsumen lebih cepat dalam melakukan keputusan pembelian.

2. Manajemen PT.K-LINK sebaiknya lebih memperhatikan kios dalam meningkatkan volume penjualan dengan cara pemberitahuan informasi mengenai pengumuman tentang produk-produk yang sedang promo dan terbaru. Setiap peningkatan pemasaran melalui kios (X4) sebesar 1% akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,198%. Dalam pemasaran melalui kios sebaiknya manajemen PT.K-LINK harus lebih meny
3. usun tata produk (*layout*) di dalam kios, lokasi yang strategis mudah dijumpai oleh konsumen, adanya parkir yang luas, dan adanya simbol K-LINK yang lebih jelas dan mudah diingat oleh konsumen agar lebih cepat dalam melakukan keputusan pembelian.
4. Manajemen PT.K-LINK sebaiknya lebih memperhatikan cara *member* dalam penyampaian informasi tentang produk PT.K-LINK melalui telepon seluler dengan jelas. Setiap peningkatan pemasaran melalui *handphone* (X3) sebesar 1% akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,249%. Dalam pemasaran melalui *handphone* sebaiknya manajemen PT.K-LINK harus lebih memberi arahan tata cara berkomunikasi kepada konsumen agar mendapatkan keputusan pembelian yang cepat yang bisa dilakukan dengan cara menelepon atau mengirim pesan kepada konsumen.

5. Manajemen PT.K-LINK sebaiknya lebih memperhatikan wawasan *member* tentang produk untuk memberi penjelasan manfaat yang akan ditawarkan kepada konsumen. Setiap peningkatan pemasaran melalui tatap muka (X1) sebesar 1% akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,667%. Kegiatan pemasaran melalui tatap muka dan kinerja *member* dalam mengkomunikasikan dan mempertahankan produk PT.K-LINK karena *member* dianggap sangat efektif dalam mewakili perusahaan untuk membina hubungan langsung dengan konsumen serta memberikan solusi masalah kesehatan.