

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai data dan pembahasannya, maka penulis dapat memaparkan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Secara parsial, variabel *Personal Selling* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian BPU BPJS Ketenagakerjaan Cilegon, yang dapat dinyatakan berpengaruh positif.
2. Secara parsial, variabel *Advertising* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian BPU BPJS Ketenagakerjaan Cilegon.
3. Secara simultan, *Personal Selling* dan *Advertising* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian BPU BPJS Ketenagakerjaan Cilegon.

B. Saran

Penulis memiliki beberapa saran dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi BPJS Ketenagakerjaan Cilegon

BPJS Ketenagakerjaan Cilegon harus tetap menjaga kualitas layanan dan mengembangkan strategi pemasarannya, khususnya dalam pendekatan pemasaran secara langsung melalui metode *Personal Selling*, agar informasi yang diterima akan lebih jelas dan menciptakan inovasi-inovasi baru agar menarik peserta untuk membeli produk BPJS Ketenagakerjaan sebagai BPU dan tertanam *image* yang baik tentang manfaat mengikuti program BPJS Ketenagakerjaan.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Untuk indicator yang menunjukkan pengaruh paling rendah, seperti *Personal Selling* terhadap keputusan pembelian, sebaiknya ditelaah kembali secara lebih mendalam, supaya memperoleh informasi yang lebih komprehensif, sehingga ke depannya mampu memberikan dampak positif yang lebih signifikan terhadap keputusan pembelian. Di samping itu, peneliti berikutnya disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variable lain, seperti promosi, mutu pelayanan, maupun kualitas produk.