

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara kemampuan komunikasi dengan *adaptive selling* pada SPG produk WH. Hal ini berarti, semakin tinggi kemampuan komunikasi pada SPG, maka semakin tinggi pula *adaptive selling*-nya. Hal tersebut dapat diketahui melalui uji *Product Moment Pearson* dan diperoleh nilai signifikansi (*sig. 1-tailed*) sebesar $r = 0,697$ dan $p < 0,01$ ($p = 000$). Hasil hipotesis juga ditunjukkan dari perbandingan hasil *mean* empirik tingkat kemampuan komunikasi dan *adaptive selling* pada SPG produk WH masing-masing sebesar 48 dan 77. Jika dibandingkan dengan hasil *mean* teoritis kemampuan komunikasi dan *adaptive selling* masing-masing yaitu 35 dan 70, maka nilai *mean* empirik lebih besar dari *mean* teoritis.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diperoleh yakni terdapat hubungan yang signifikan antara *adaptive selling* dan kemampuan komunikasi pada *Sales Promotion Girl* Produk Kecantikan Merk WH. Hal ini berarti semakin baik kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh *Sales Promotion Girl* Produk Kecantikan Merk WH, maka akan semakin baik pula *adaptive selling*-nya. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk kemampuan komunikasi yang dimiliki *Sales Promotion Girl* Produk Kecantikan Merk WH, maka akan semakin baik *adaptive selling*-nya.

B. Saran

1. Bagi Sales Promotion Girl

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar SPG memiliki kemampuan komunikasi dan *adaptive selling* dalam kategori tinggi, oleh karena itu peneliti memberi saran kepada para *sales promotion girl* untuk selalu mempertahankan kinerja mereka supaya target yang ditentukan pihak perusahaan dapat tercapai dengan maksimal. Sementara bagi SPG yang memiliki kemampuan komunikasi dan *adaptive selling* yang tergolong sedang atau bahkan rendah, peneliti menyarankan untuk dapat meningkatkan kinerjanya, terus menambah pengalaman dan terus mencoba melakukan teknik yang berbeda dalam berinteraksi dengan calon konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa dilaksanakan pada perusahaan lain tanpa membatasi subjek pada *sales promotion girl*. Bagi peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperhatikan dan memperluas faktor-faktor lain selain kemampuan komunikasi yang dapat menjadi penyebab *adaptive selling* seperti motivasi kerja, latar belakang sosial-ekonomi, dan dalam membuat kuesioner untuk penelitian selanjutnya, penulis sarankan supaya kata 'tenaga penjual' diganti menjadi kata "saya memahami".