BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Toko Sport Station di AEON Mall Deltamas Cikarang, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Maka berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis peneliti menyimpulkan bahwa:

Penelitian yang dilakukan di Toko Sport Station AEON Mall Deltamas, dapat disimpulkan bahwa strategi *personal selling* di Toko Sport Station AEON Mall Deltamas fokus pada interaksi langsung antara *sales* dan konsumen untuk membangun hubungan dan meningkatkan minat beli. Tantangan seperti konsumen yang ragu atau pasif diatasi dengan penjelasan produk dan pendekatan aktif. Keberhasilan diukur lewat pencapaian target penjualan dan kenyamanan konsumen. Media sosial juga berperan penting dalam mendukung promosi dan memperluas jangkauan konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akedimik

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi pembaca terutama mahasiswa yang melakukan penelitian lanjutan dengan topik serupa. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai strategi pemasaran *personal selling*. Selain itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode yang berbeda untuk mengetahui hasil lain dari strategi pemasaran *personal selling*.

5.2.2 Saran Praktis

Sebaiknya toko Sport Station AEON Mall Deltamas terus mempertahankan dan mengembangkan strategi pemasaran *personal selling* dengan cara meningkatkan keterampilan komunikasi *sales* dalam membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen.

Strategi Komunikasi.., Muhammad Anan Alwan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025