



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh komunikasi interpersonal *personal consultant* terhadap pengambilan keputusan konsumen *wall street english* alam sutera dan seberapa besar pengaruhnya. Berdasarkan uji signifikansi penelitian berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Personal Consultant* Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen *Wall Street English* Alam Sutera” terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh komunikasi interpersonal *personal consultant* terhadap keputusan pembelian konsumen
2. Komunikasi interpersonal *personal consultant* berpengaruh sebesar 67,3% terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan sebesar 32,7% merupakan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat disebutkan dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal *personal consultant* berpengaruh kuat terhadap pengambilan keputusan konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan penelitian terkait komunikasi interpersonal dalam dunia pendidikan dapat memperluas pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi persuasi. Selain itu, penelitian di bidang komunikasi persuasi khususnya dalam komunikasi interpersonal tidak hanya berhenti sampai disini saja, tetapi peneliti menyarankan supaya dilakukan penelitian yang lebih mendalam.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan survey dan penelitian yang dilakukan, komunikasi interpersonal sebagian besar sudah berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan komunikasi persuasi dalam komunikasi interpersonal penting dimiliki oleh seorang *personal consultant*. Maka, perlu untuk seorang *personal consultant* memiliki kemampuan komunikasi interpersonal dan juga cara cara dalam mempersuasi konsumennya.

