

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Komunikasi pada *Shopee live* memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan juga calon konsumen agar konsumen dapat menerima pesan tersebut dan tujuan dari pelaku usaha pun tercapai, dan pada penelitian ini pelaku usaha yang diteliti adalah @Eiji.id yang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pakaian, dibuatnya penulisan ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi personal selling dilakukan jika di @Eiji.id jika dilihat dari *personal selling step* pada *Shopee Live @Eiji.id* beserta informasi yang berasal dari wawancara bersama partisipan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini yakni:

- b. @Eiji.id sebagai sebuah usaha yang diteliti, telah menjalankan salah satu bentuk dari komunikasi yakni *personal selling* beserta juga dengan langkah-langkah dari *personal selling* mulai dari *Prospecting - Pre-approach - Presentation - Persuasion - Closing - Servicing*.
- c. *Personal selling* merupakan salah satu Langkah atau cara yang tepat dalam menjaring banyak calon konsumen pada kegiatan *Shopee Live*. Dalam hal ini, *personal selling* menjadi salah satu cara yang sesuai untuk melakukan kegiatan penjualan produk mulai dari pembawaan, sikap yang ramah serta membangun hubungan yang baik kepada konsumen.

- d. Minat beli dari konsumen bukan hanya di tentukan dari host yang membawakan Shopee Live namun terdapat faktor lain yakni harga, promo dan juga diskon-diskon serta kualitas produk serta cara penyampaian agar bisa masuk dan mempersuasi pentonton untuk membeli produk.
- e. Komunikasi pemasaran yakni *personal selling* memiliki dampak dan pengaruh yang baik dalam penjualan, bukan hanya untuk menjual serta menjaring konsumen namun memiliki pengaruh yang baik untuk mendekatkan diri serta membangun hubungan dengan konsumen dan juga calon konsumen.

## 5.2 Saran

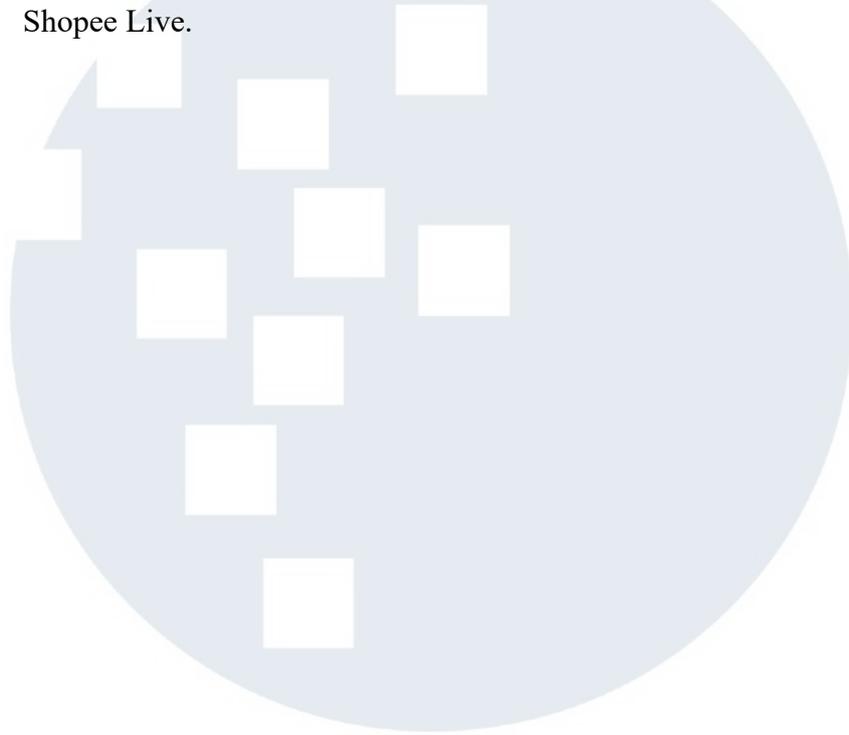
### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dibuat dan diselesaikan dengan tujuan untuk menjadi sumber kajian dan acuan mengenai bentuk penerapan *personal selling*, dan pada penelitian ini memiliki batasan yang diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat meneliti dibidang pendidikan yang lebih luas serta melibatkan teori komunikasi dan konsep konsep komunikasi pemasaran yang lebih mendalam agar bisa menemukan kebaruan-kebaruan baru. Serta pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat merujuk ke penelitian kuantitatif agar hasil yang didapatkan akurat dan penjelasan yang dijelaskan lebih spesifik dan juga rinci.

### 5.2.2 Saran Praktis

Saran untuk @Eiji.id dalam dalam penerapan *personal selling* berdasarkan *step personal selling* yang di kemukakan oleh (Kotler, Keller, & Chernev, Marketing Management, 2022) adalah @Eiji.id dalam melakukan Shopee Live, yakni pada bagian prospecting menurut peneliti perlu dilakukan *prospecting* yang lebih mendalam agar bisa lebih banyak

menjaring konsumen dan juga agar konsumen lebih tertarik untuk masuk ke Shopee Live @Eji.id. Ketika melakukan Shopee Live pula penting untuk mencari potensi konsumen agar konsumen tertarik untuk masuk ke Shopee Live.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA