

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian “Persepsi Masyarakat Mengenai *Sales* Produk Elektronik dalam Pengambilan Keputusan Pembelian di Desa Jatisari Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati” dapat disimpulkan bahwa:

1. Masyarakat muslim desa Jatisari memiliki persepsi yang berbeda dalam merespon *sales*. Ada yang beranggapan bahwa *sales* adalah orang yang baik, sopan serta jujur. Namun ada pula masyarakat muslim yang beranggapan bahwa *sales* adalah orang yang tidak jujur karena apa yang dijelaskan tidak sesuai dengan apa yang dijual. Persepsi yang diberikan oleh masyarakat Muslim desa Jatisari mengenai *sales* dibentuk karena adanya kebutuhan. Dimana konsumsi sesuai kebutuhan merupakan tujuan dari konsep *mashlahah*. Hal ini berarti dalam memberikan persepsi, masyarakat desa Jatisari mempertimbangkan *mashlahah* atau manfaat dari suatu barang.
2. Persepsi mengenai *sales* yang dimiliki oleh masyarakat Muslim desa Jatisari dibentuk oleh tiga faktor, yaitu sebagai berikut :
 - Faktor *perceiver* dibentuk dari komponen: *interest* (minat dan kepentingan) dan *experience* (pengalaman). Dalam memberikan sebuah persepsi seorang individu mempertimbangkan kepentingan pribadinya. Pengalaman yang dimiliki seorang individu akan memengaruhi persepsinya. Karena persepsi terbentuk dari kesadaran subjektif bukan dari kesadaran objektif.
 - Faktor target dibentuk dari komponen : *novelty* (sesuatu yang baru). *Sales* merupakan target dari persepsi. *Sales* sering kali menawarkan barang dengan keunggulan dan versi terbaru. Produk semacam ini akan memengaruhi persepsi dari seorang individu.
 - Faktor situasi dibentuk dari komponen *social setting* (pengaturan sosial) dan *time* (waktu). Kepedulian seorang individu terhadap lingkungan sekitarnya membentuk sebuah persepsi yang baik terhadap *sales* tidak ada

pemuda yang pengangguran, dengan para pemuda itu bekerja sebagai *sales*. Seorang *sales* harus bisa menentukan waktu yang tepat untuk menawarkan barang. Karena seorang calon konsumen akan merasa terganggu dengan kedatangan *sales*.

B. Saran

1. Bagi *Sales* (Tenaga Penjualan) bisa menawarkan barang dengan jujur tanpa ada penipuan di dalamnya, menjual produk sesuai dengan apa yang dijelaskan agar konsumen yang telah melakukan pembelian tidak merasa kecewa. Dengan begitu kepercayaan dari konsumen akan mudah untuk didapatkan.
2. Bagi para konsumen harus lebih selektif lagi dalam memilih sebuah produk sebelum melakukan pembelian sebuah produk. Terlebih dahulu dilakukan analisa, disesuaikan dengan kebutuhan yang ada sehingga manfaat dari suatu barang dapat dirasakan.

C. Keterbatasan Penelitian

Mengingat terbatasnya waktu, tenaga dan biaya dari penulis, bisa dikatakan skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna. Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian yakni penelitian ini hanya memfokuskan pada satu obyek yaitu masyarakat desa Jatisari yang pernah didatangi sales produk elektronik baik yang pernah melakukan pembelian maupun yang tidak melakukan pembelian.

D. Penutup

Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya dari awal pengerjaan skripsi hingga saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul:

“Persepsi Masyarakat Muslim mengenai *Sales* Produk Elektronik dalam Pengambilan Keputusan Pembelian di Desa Jatisari Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati.”

Harapan penulis semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Sebagai penutup, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan selama penulisan skripsi ini. Akhir kata “Tidak Ada Segala Sesuatu Yang Sempurna Karena Kesempurnaan Hanya Milik Allah SWT”.

