

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh yang kuat antara *Product Knowledge* dan *self-efficacy* dengan Tingkat Penjualan Produk pada PT. Monex Investindo Futures Surabaya. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh *Product Knowledge* dan *self-efficacy* dengan Tingkat Penjualan Produk **diterima.**

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil peneliti ini secara empiris membuktikan bahwa ada hubungan antara *Product Knowledge* dan *self-efficacy* dengan Tingkat Penjualan Produk.

Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada perusahaan yang sejenis tetapi berskala besar dengan tujuan untuk mengetahui apakah *Product Knowledge* dan *Self Efficacy* marketing mempunyai pengaruh atau hubungan dengan tingkat penjualan perusahaan. Hal ini perlu dilakukan karena kemungkinan yang terjadi adalah adanya perbedaan *Product Knowledge* dan *Self Efficacy* marketing berpengaruh antara perusahaan skala menengah dan besar.

Bagi para marketing untuk lebih berupaya meningkatkan *Self Efficacy* nya agar tujuan dari suatu perusahaan tersebut dapat tercapai dengan maksimal.