

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada korelasi yang sangat signifikan antara persepsi terhadap bisnis *multi level marketing* terhadap pengambilan keputusan mengikuti bisnis *multi level marketing* pada ibu rumahtangga. Semakin tinggi persepsi terhadap bisnis *multi level marketing* seorang ibu rumahtangga maka semakin tinggi pula pengambilan keputusan mengikuti bisnis *multi level marketingnya*, begitupun sebaliknya semakin rendah persepsi terhadap bisnis *multi level marketing* seorang ibu rumahtangga maka semakin rendah pula tingkat pengambilan keputusan mengikuti bisnis *multi level marketingnya*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka ada beberapa saran yang ingin dikemukakan oleh peneliti, yaitu:

1. Kepada ibu rumah tangga

Ibu rumahtangga dapat mempertahankan persepsi terhadap bisnis *multi level marketing* yang dimiliki saat ini, yakni memiliki persepsi yang tinggi terhadap bisnis *muti level marketing* sehingga tingkat pengambilan keputusan mengikuti bisnis *multi level marketing* juga tinggi.

2. Kepada pihak perusahaan

Pihak perusahaan dapat membantu ibu rumahtangga mempertahankan persepsi terhadap bisnis *multi level marketing*, dan mensosialisasikan bisnis *multi level marketing* kepada masyarakat, misalnya dengan memberikan informasi tentang bisnis *multi level marketing* melalui pelatihan atau training.

3. Kepada peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti yang akan datang hendaknya mengadakan penelitian dengan populasi yang lebih luas dan sampel yang berbeda, sehingga persepsi terhadap bisnis *multi level marketing* dalam pengambilan keputusan mengikuti bisnis *multi level marketing* dapat teridentifikasi lebih luas.

,