

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian logam mulia tunai . Artinya semakin tinggi promosi yang ditawarkan berakibat pada semakin tinggi keputusan pembelian logam mulia tunai.
- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian logam mulia tunai . Artinya semakin tinggi kesesuaian harga dan manfaat dari suatu produk maka akan semakin tinggi keputusan pembelian logam mulia Tunai.
- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa bahwa promosi dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian logam mulia tunai.

5.2 Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaik-baiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam penelitian ini dengan segala keterbatasan. Berikut ini adalah sebagai saran yang diajukan peneliti berdasarkan hasil penelitian:

1. Bagi Pegadaian Cabang Palembang

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dari variabel promosi memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian maka PT pegadaian perlu memperhatikan kegiatan promosi yang akan dilaksanakan agar konsumen dan calon konsumen mengetahui dan memahami produk logam mulia yang ada di PT pegadaian sehingga meningkatkan pembelian logam mulia kedepannya. Karena berdasarkan hasil jawaban responden bahwa indikator penjualan personal dengan

promosi langsung ke konsumen dengan cara datang ke perusahaan-perusahaan dan mengadakan undian kemilau emas memiliki jawaban yang kurang baik. Sehingga disarankan untuk lebih banyak mendatangkan perusahaan-perusahaan lain tidak hanya di sekitaran cabang tetapi di sekitaran UPC juga dan lebih sering melakukan undian kemilau emas dengan cara lebih banyak memberi kupon terhadap pembelian logam mulia tunai.

- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dari variabel harga yang mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Karena berdasarkan hasil dari jawaban responden bahwa indikator daya saing harga yang merupakan harga logam mulia di pegadaian mampu bersaing karena pt pegadaian mempunyai produk konsinyasi atau jasa titipan memberikan jawaban yang kurang sehingga disarankan untuk menawarkan produk ini kepada nasabah. Karena produk itu akan memberikan fee kepada nasabah apabila logam mulia terjual sebesar 1/3 ini akan menjadi nilai yang lebih dari produk pesaing.

2. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan membeli logam mulia tunai sehingga diharapkan bagi penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel lain untuk menggunakan variabel lain pada penelitian.