

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, landasan teori, hipotesis, dan hasil pengujian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kesadaran merek (X1) mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan gadai pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang. Hal ini dapat dibuktikan melalui $\text{sig } t \text{ } 0,016 < 0,05$ yang mana hasil tersebut peneliti peroleh dari pengolahan data kuisisioner terhadap banyaknya nasabah gadai pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang.
2. Variabel Asosiasi merek (X2) mempunyai berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan gadai pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang. Hal ini dapat dibuktikan melalui $\text{sig } t \text{ } 0,021 < 0,05$ yang mana hasil tersebut peneliti peroleh dari pengolahan data kuisisioner terhadap banyaknya nasabah gadai pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang.
3. Variabel Persepsi kualitas (X3) mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan gadai pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang. Hal ini dapat dibuktikan melalui $\text{sig } t \text{ } 0,024 < 0,05$ yang mana hasil tersebut peneliti peroleh dari pengolahan data kuisisioner terhadap banyaknya nasabah gadai aktif pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang.
4. Kesadaran Merek (X1), Asosiasi merek (X2), dan Persepsi kualitas(X3) Terhadap Keputusan Gadai (Y) secara bersama-sama beserta indikator-indikatornya memberikan pengaruhnya terhadap keputusan gadai, yang artinya semakin tinggi Kesadaran Merek, Asosiasi merek, dan Persepsi kualitas maka semakin tinggi tingkat keputusan gadai PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang.

5.2 Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaik-baiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam penelitian ini dengan segala keterbatasannya. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pegadaian Cabang Sekip Palembang

PT Pegadaian sudah memiliki ekuitas merek yang baik. khususnya PTPegadaian Cabang Sekip diharapkan untuk terus meningkatkan kesadaran merek kepada nasabah maupun calon nasabah potensial dalam keputusan gadai. Berdasarkan dari hasil penelitian dapat diketahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan gadai ialah variabel kesadaran merek, hal itu menunjukkan para nasabah sudah cukup familiar dan menyadari keberadaan PT Pegadaian. Alangkah baiknya jika PT Pegadaian terus berusaha meningkatkan nilai ekuitas merek, secara maksimal terlebih untuk variabel asosiasi merek dan persepsi kualitas agar secara keseluruhan ekuitas merek dapat dilakukan lebih baik lagi dan lebih menonjolkan ciri khas perusahaannya agar ekuitas merek yang ditanamkan oleh PT Pegadaian ke masyarakat semakin meningkatkan nasabah untuk melakukan gadai pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini sebatas pada pengaruh Ekuitas merek dengan menggunakan variabel kesadaran merek, asosiasi merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan gadai pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang, sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lain untuk menggunakan variabel lain pada penelitian.