

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Periklanan (X1) berdasarkan hasil penelitian bahwa iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas yang dibuktikan melalui sig.  $t$   $0,197 > 0,05$ . Variabel Hubungan Masyarakat (X2) berdasarkan hasil penelitian bahwa hubungan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas yang dibuktikan melalui sig.  $t$   $0,006 < 0,05$ . Variabel Penjualan Pribadi (X3) berdasarkan hasil penelitian bahwa hubungan masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas yang dibuktikan melalui sig.  $t$   $0,061 > 0,05$ . Variabel Promosi Penjualan (X4) berdasarkan hasil penelitian bahwa hubungan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas yang dibuktikan melalui sig.  $t$   $0,000 < 0,05$ .
2. Variabel-variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu meliputi periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas dibuktikan nilai  $f$  hitung sebesar 32,858 lebih besar daripada  $f$  tabel 2,47.
3. Hasil uji regresi linier berganda dapat diketahui bahwa diantara variabel periklanan nilai koefisiennya -0,107, hubungan masyarakat nilai koefisiennya 0,289, penjualan pribadi nilai koefisiennya 0,175 dan promosi penjualan nilai koefisiennya sebesar 0,342, dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas PT Pegadaian Cabang

Lemabang adalah variabel promosi penjualan sebesar 0,342 atau 34,2%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka penulis memberikan saran berikut:

1. Berdasarkan kesimpulan maka penulis menyarankan PT Pegadaian Cabang Lemabang dapat mengembangkan dalam hal promosi penjualan dengan cara tawaran pembukaan rekening gratis, memberikan potongan administrasi untuk membuka rekening tabungan emas, pemberian kupon undian, memberikan souvenir kepada nasabah secara berkala.
2. Berdasarkan dari kesimpulan maka penulis menyarankan PT Pegadaian Cabang Lemabang dapat meningkatkan hubungan masyarakat dengan cara memberikan informasi tentang produk tabungan emas, jasa, atau organisasi yang layak muat di *website* Pegadaian untuk menarik perhatian publik. Kegiatan-kegiatan tersebut misalnya proyek bantuan kemanusiaan, partisipasi dalam kegiatan sosial masyarakat, *sponsorship* acara, pameran, dan lain sebagainya
3. Dari hasil penelitian regresi linier berganda dapat dilihat variabel yang paling rendah berpengaruh signifikan adalah variabel periklanan, maka penulis menyarankan penelitian ini dapat dikembangkan PT Pegadaian dapat mengevaluasi atau menggunakan media iklan yang lain untuk menjangkau kelompok sasaran melalui media audio-visual, audio, maupun visual. Contohnya yaitu televisi, iklan radio, iklan cetak di surat kabar, majalah, maupun iklan luar ruang seperti *billboard* dan spanduk, pamflet, iklan di internet, *social media*.
4. Dari hasil penelitian regresi linier berganda dapat dilihat variabel yang paling rendah setelah variabel periklanan yaitu variabel penjualan pribadi belum berpengaruh signifikan, maka penulis menyarankan penelitian ini dapat dikembangkan PT Pegadaian dapat mengevaluasi

meliputi tenaga marketing selalu tanggap dalam mengatasi keluhan, tenaga marketing mampu meyakinkan calon nasabah, calon nasabah mengerti informasi yang diberikan, tenaga marketing bersikap sopan dan ramah, memberikan pelatihan atau training untuk teknik-teknik agar nasabah dapat tertarik menabung emas dan menggunakan bahasa yang baik guna meningkatkan keputusan nasabah