

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis bahas pada Bab IV, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 Pagaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Investasi Emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang secara Parsial dan Simultan.

Secara parsial pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi) terhadap minat investasi menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a). Pengaruh variabel produk terhadap minat investasi emas menunjukkan hasil yang tidak signifikan dengan nilai sig sebesar 0.602, artinya variabel produk tidak berpengaruh terhadap minat investasi emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.
- b). Pengaruh variabel harga terhadap minat investasi emas menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai sig sebesar 0,039, artinya untuk variabel harga memiliki pengaruh terhadap minat investasi emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.
- c). Pengaruh variabel lokasi terhadap minat investasi emas menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai sig sebesar 0,008, artinya variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.
- d). Pengaruh variabel promosi terhadap minat investasi emas menunjukkan hasil yang tidak signifikan dengan nilai sig sebesar 0,715, artinya untuk variabel promosi tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.

Secara simultan pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi) terhadap minat investasi menunjukkan hasil yang signifikan, karena

hasil sig < dari pada 0,05 dengan nilai signifikan sebesar 0,003 dapat dilihat pada tabel ANOVA baris Sig yang artinya pada variabel bauran pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap minat investasi emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.

5.1.2. Variabel yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Minat Investasi Emas Pada PT Pegadaian(Persero) Cabang Palembang

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat tarik kesimpulan bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat investasi adalah variabel lokasi dengan nilai 0,576 atau 57,6 %.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang adalah sebagai berikut:

1. PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang harus lebih meningkatkan promosi untuk produk tabungan emas supaya nasabah maupun calon nasabah dapat memahami betapa pentingnya untuk melakukan investasi dalam upaya melindungi aset atau harta, karena emas memiliki harga yang stabil dan menjelaskan kepada nasabah yang datang ke PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang bagaimana cara untuk melakukan pembukaan rekening dan pengisian saldo produk tabungan emas .
2. PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang supaya selalu terus berinovasi untuk menciptakan produk-produk investasi emas baru supaya lebih meningkatkan loyalitas dan bahkan untuk meningkatkan jumlah nasabah investasi emas. Serta mempertahankan kenyamanan dengan cara menambahkan televisi di ruang tunggu supaya nasabah tidak merasa bosan pada saat menunggu antrian.