

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KCA pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Maluku Sumbawa Barat.
2. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk KCA pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Maluku Sumbawa Barat.
3. Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk KCA pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Maluku Sumbawa Barat.
4. Harga, promosi, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KCA pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Maluku Sumbawa Barat.

#### **5.2 Saran**

Penelitian ini memiliki keterbatasan, namun demikian diharapkan dapat memberikan kontribusi. Adapun saran-saran bagi berbagai pihak dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak PT. Pegadaian UPC Maluku Sumbawa Barat

Meskipun harga tidak menjadi variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, namun secara simultan harga, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu PT.

Pegadaian tetap harus memperhatikan ketiga variabel tersebut agar dapat mendorong keputusan pembelian nasabah dalam bertransaksi gadai KCA.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan nilai koefisien determinasi ketiga variabel harga, promosi, dan lokasi hanya mampu menjelaskan sebesar 0,343 atau 34,3% terhadap keputusan pembelian, artinya 65,7% sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Oleh sebab itu sebaiknya penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan variabel lainnya yang terkait dengan pengambilan keputusan.