

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis statistik yang disusun diterima dimana H_1 ditolak dan H_0 diterima, atau bauran promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada Pegadaian Cabang Gorontalo Utara.
2. Instrumen yang digunakan yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disusun melalui kuisisioner mendapatkan tanggapan yang cukup “baik” dari responden/ konsumen, yang menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan Pegadaian Cabang Gorontalo Utara dalam kategori “baik”, namun belum bisa dikatakan sempurna mengingat masih banyak competitor lainnya yang memiliki jenis promosi yang sama dengan strategi pemasaran yang berbeda.
3. Kegiatan promosi yang dilakukan Pegadaian Cabang Gorontalo Utara memiliki pengaruh sebesar 38,4% terhadap Minat beli konsumen. Hal tersebut tidak menjadikan kegiatan promosi yang dilakukan menjadi faktor utama tolak ukur konsumen untuk

membeli barang di Pegadaian Cabang Gorontalo Utara, mengingat faktor lainnya yang mempengaruhi minat beli konsumen sangat besar (61,6%) seperti harga barang, fitur dan desain produk, citra merek (*brand image*), dan lain sebagainya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar Pegadaian Cabang Gorontalo Utara serta pihak lainnya yang berkecimpung dalam perusahaan distribusi barang, dapat mempertimbangkan setiap kebijakan dan kegiatan promosi yang dilakukan dengan memperhatikan strategi pemasaran lainnya sehingga dapat mengenali kebutuhan konsumen atau calon konsumen.
2. Agar penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi mengenai kegiatan promosi yang dilakukan sehingga dapat menjadi acuan perusahaan dalam melakukan analisa kebutuhan konsumen.
3. Agar penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi Pegadaian Cabang Gorontalo Utara dalam mengambil kebijakan mengenai Strategi promosi yang diberikan sehingga akan berorientasi pada kebutuhan dan pengambilan keputusan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari., 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Bandung, Alfabeta
- Burk, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Prenhalindo,
- Daniel, 2012. Manajemen pemasaran, dalam buku Lamb Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Ecclisia Sulistyowati, 2012. *Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi PT. Astra International Tbk-Honda Cabang Yogyakarta*. Skripsi. UNY
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indriyo, 2010. *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keenam,
- Hardy Herosali, 2010. *Strategi Bauran Promosi untuk Meningkatkan Arus Pengunjung Pada Mal Ciputra*. Skripsi. UNY
- Kotler Philip, 2011. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Yogjakarta, Perason Education Asia Pte, ltd,
- Kotler Philip, Amstrong, 2012. *Manajemen marketing*, Jakarta, PT.Prenchalindo
- Moekijat, 2010. *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta, PT. Prenchalindo
- Rangkuti, 2011. *Manajemen Strategik*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Sadono Sukirno, 2013. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Saladin Djaslim 2013, *Manajemen Marketing, Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Yogyakarta, BPFE,
- Saladin, Djaslim dan Oesman, Yevis Marty. 2012. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Jakarta: Balai Pustaka
- Sigit, 2014. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Yogyakarta, BPFE,

- Simamora, 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Yogyakarta, BPFE,
- Sistaningrum, 2012. *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index
- Stanton William. 2012. *Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta, Erlangga
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- _____, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung
- Sutojo Siswanto, 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Swastha Basu & Irwan, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Manajemen Perusahaan YKPN
- Teguh, Hendra. 2012. Manajemen pemasaran ahli bahasa. Dalam buku Philip kotler. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit Andi,
- Fadhilah Balqis, 2009. *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit Pada Card Center PT. Bank Permata, Tbk*. Universitas Sumatera Utara.
- Ayu, Weni Septiani, 2011. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Flashy Shop Bandung*. Jurnal. Vol. 4. No. XXI. Universitas Widyatama