

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan Pengaruh *Integrated Marketing Communication* dan lokasi terhadap keputusan pembelian nasabah gadai BPKB PT. Bersama Makmur Raharja Cabang Bengkulu.. Sehingga peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Pengujian pengaruh Variabel (X_1) *Integrated Marketing Communication* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah gadai BPKB PT. Bersama Makmur Raharja Cabang Bengkulu.
2. Pengujian pengaruh Variabel (X_2) lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah gadai BPKB PT. Bersama Makmur Raharja Cabang Bengkulu.
3. Pengujian secara simultan Variabel *Integrated Marketing Communication* dan lokasi secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah gadai BPKB PT. Bersama Makmur Raharja Cabang Bengkulu.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut :

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT. Bersama Makmur Raharja Cabang Bengkulu., antara lain :

- b. Pemilik perlu terus meningkatkan *Integrated Marketing Communication* dalam hal pemasaran produk gadai BPKB, dan juga mampu memahami instrument pada *Integrated Marketing Communication* sehingga produk dengan mudah dipahami dan diminati konsumen.
 - c. pemilik mampu melihat instrument mana yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian untuk lebih memfokuskan dalam mempermudah kegiatan pemasaran.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya, untuk hasil yang lebih baik, agar meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, serta memilih perusahaan sejenis yang lebih besar dalam tingkat penjualan yang lebih tinggi, serta menambahkan factor lain selain *Integrated Marketing Communication* dan lokasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian.