

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan uji analisis secara simultan dan parsial, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil nasabah pada Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar dan Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya secara mayoritas berjenis kelamin perempuan, dengan rentang usia 36-45 tahun dan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga.
2. Hasil analisis data yang dilakukan (*Uji Independent Sample t Test*), dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. Terdapat perbedaan Produk dalam bauran pemasaran yang diterapkan pada Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar dan Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya.
  - b. Tidak terdapat perbedaan Harga dalam bauran pemasaran yang diterapkan pada Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar dan Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya.
  - c. Terdapat perbedaan Promosi dalam bauran pemasaran yang diterapkan pada Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar dan Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya.

- d. Tidak terdapat perbedaan Lokasi dalam bauran pemasaran yang diterapkan pada Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar dan Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya.

## 5.2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ialah:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Perbandingan Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar dan Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya sekiranya dapat digunakan sebagai bahan untuk mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan studi perbandingan bauran pemasaran.
2. Bagi Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar Surabaya diharapkan untuk lebih melakukan inovasi dalam merumuskan bauran pemasaran karena bauran pemasaran merupakan elemen penting dalam merumuskan strategi mempertahankan pasar serta memperluas pasar sasaran sehingga dalam hal perumusan produk, penetapan harga, perumusan strategi promosi dan penentuan lokasi atau saluran distribusi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.
3. Bagi Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya diharapkan untuk tetap dan terus melakukan inovasi dalam merumuskan bauran pemasaran karena bauran pemasaran merupakan elemen penting dalam merumuskan strategi mempertahankan pasar serta memperluas pasar sasaran sehingga dalam hal

perumusan produk, penetapan harga, perumusan strategi promosi dan penentuan lokasi atau saluran distribusi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain dalam bauran pemasaran yang tidak digunakan dalam penelitian ini misalnya variabel 7P agar nantinya dapat menilai lebih mendalam mengenai perbedaan antara bauran pemasaran pada pegadaian konvensional dan bauran pemasaran pada pegadaian syariah. Penilaian tersebut diharapkan dapat membantu pegadaian dalam melakukan perbaikan, serta bertahan dalam persaingan dengan munculnya lembaga gadai swasta di Indonesia sehingga tetap menjadi *Market Leader* dalam bidang jasa gadai.