

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil uji hipotesis serta pembahasan mengenai pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Nasabah secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat Pengaruh Fluktuasi Harga (X1) terhadap Keputusan Nasabah (Y), Hal ini mengindikasikan bahwa naik turunnya harga emas dan keputusan seseorang untuk berinvestasi maka akan mempengaruhi seseorang untuk memilih produk tabungan emas.
2. Terdapat Strategi Promosi (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y), Hal ini mengindikasikan bahwa apabila promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu semakin banyak atau meningkat maka keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan emas akan ikut meningkat. Begitu juga sebaliknya apabila promosi yang dilakukan sedikit atau menurun maka keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan emas akan menurun.
3. Terdapat Pengaruh Fluktuasi Harga (X1) dan Strategi Promosi (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y), Hal ini mengindikasikan bahwa selain promosi yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan emas adalah harga. Penetapan harga produk harus disesuaikan dengan manfaat yang diberikan kepada nasabah karena nasabah akan lebih memilih produk dengan harga yang relatif terjangkau dan manfaat yang diterima sesuai dengan yang diinginkan

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan Pegadaian Syariah CPS Pasar Baru Indramayu

Variabel fluktuasi harga emas sangat berperan penting dalam meningkatkan keputusan nasabah, pegadaian syariah dapat dikatakan berhasil dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya apabila harga yang diberikan oleh pegadaian syariah kepada nasabahnya sesuai kemampuan dan keinginan nasabahnya. Hal ini diharapkan pegadaian syariah dapat terus memberikan harga yang dapat dijangkau oleh para nasabahnya tentunya dengan kualitas dan pelayanan yang memadai.

Pada variabel promosi tabungan emas berpengaruh terhadap keputusan nasabah, maka dalam hal ini diharapkan perusahaan atau para pegawai terus memperluas melakukan promosi produk tabungan emas baik secara *offline* atau *online* kepada nasabah tetap maupun calon nasabah lainnya agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui keuntungan dan kelebihan dari produk tabungan emas, sehingga hal ini diharapkan dapat terus meningkat keputusan nasabah dalam memilih menabung emas.

### 2. Bagi Nasabah/Masyarakat

Sebagai mayoritas penduduk Indonesia adalah umat Islam. Oleh karena itu, sudah banyak lembaga keuangan non-bank yang syariah. Dengan demikian masyarakat saat ini seharusnya menggunakan setiap produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Saat ini telah dikembangkan oleh Pegadaian Syariah yaitu melalui produk tabungan emas. Dengan adanya produk tabungan emas ini diharapkan para nasabah memikirkan pentingnya investasi untuk mempersiapkan kebutuhan dimasa mendatang, baik untuk kebutuhan pendidikan, proteksi asset, maupun kepentingan berharga lainnya dan juga masyarakat harus mampu melihat bagaimana manfaat dan pentingnya berinvestasi emas di masa yang akan datang dengan berbagai kemudahan dalam pelayanan dan prosedur dari produk investasi berupa produk tabungan emas yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat. Serta diharapkan agar

masyarakat umum khususnya umat islam untuk tidak ragu-ragu lagi dalam memanfaatkan jasa lembaga keuangan syariah guna meningkatkan taraf kesejahteraan hidup.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam penelitian selanjutnya, selain itu hendaknya untuk memperluas penelitian dengan penambahan variabel lainnya sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan emas. Penambahan variabel, indikator baru, dan faktor-faktor lainnya, karena dalam penelitian ini terdapat 47,8 % faktor-faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah.

