

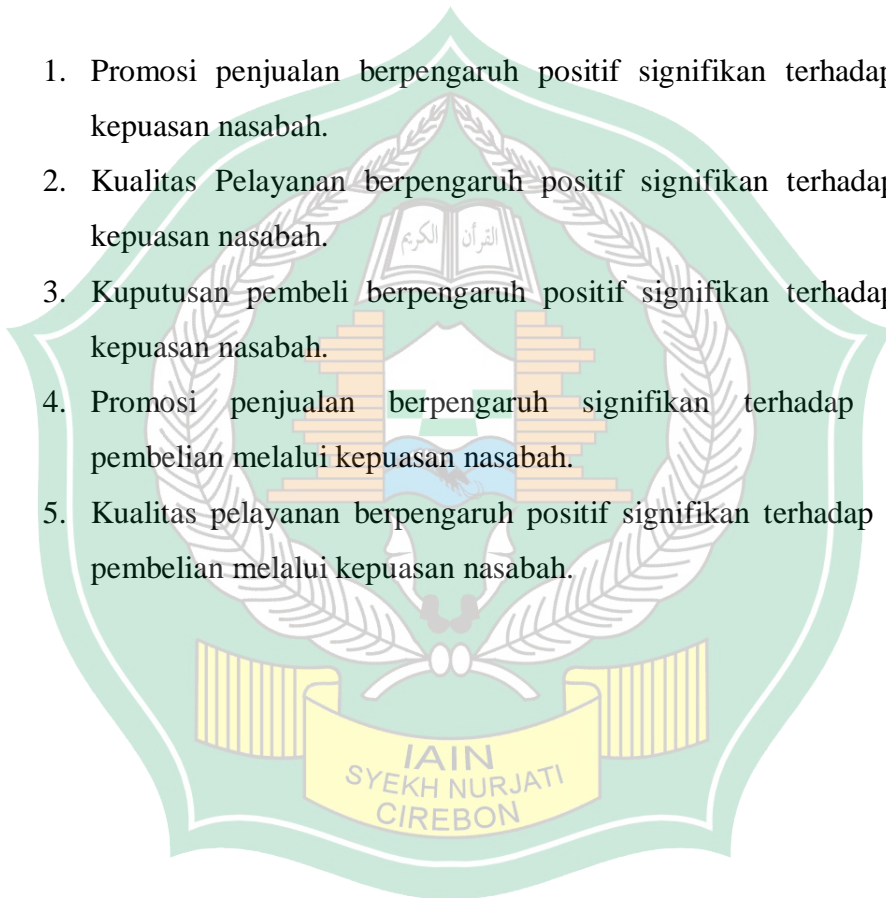
## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari bab IV, tentang Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah melalui Keputusan Pembelian Produk Logam Mulia sebagai Variabel Intervening dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.
3. Keputusan pembeli berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.
4. Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan nasabah.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan nasabah.



## B. Saran

1. Mengingat bahwa promosi penjualan di Pegadaian Syariah Perjuangan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah maka harus mempertahankan promosinya dan melakukan promosi yang lebih sering lagi agar kepuasan nasabah semakin tinggi.
2. Pegadaian Syariah Unit Perjuangan harus mempertahankan kualitas pelayanan yang telah ada.
3. Keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah maka Pegadaian Syariah Perjuangan harus meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan agar nasabah meningkat rasa kepuasannya.
4. Bagi peneliti dengan topik sejenis disarankan untuk melakukan kajian lebih lanjut dengan memasukkan variabel bebas lain diluar penelitian ini karena masih banyak faktor-faktor pengaruh keputusan membeli seperti faktor emosional, pengalaman masalah dan komunikasi yang dapat digunakan agar lebih dapat menggambarkan keputusan membeli.

