

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pegadaian Syariah Unit Tukmudal mengenai Pengaruh Promosi Produk Gadai Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Tukmudal) maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji T, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan yaitu $0.000 < 0.005$, atau $\tau_{hitung} >$ dari τ_{tabel} ($8.124 > 1.66071$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima artinya, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di Pegadaian Syariah Unit Tukmudal.
2. Hasil analisis dari tabel Model Summary bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0.405 atau 40.5%. sehingga hasil tersebut menjelaskan bahwa pengaruh besarnya produk terhadap minat nasabah memilih produk gadai di Pegadaian Syariah Unit Tukmudal adalah 40.5 % sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel yang lainya yang tidak ada dalam penelitian ini.
4. Hasil analisis dari Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) bahwa Gender tidak memoderasi terhadap Variabel Promosi dan Variabel Minat.

B. Saran

1. Dengan adanya promosi produk yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Unit Tukmudal diharapkan promosi tersebut dapat ditingkatkan lagi dari segi bentuk-bentuk promosi lainnya.
2. Promosi kepada masyarakat yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Unit Tukmudal sekiranya perlu ditingkatkan supaya masyarakat lebih mengetahui produk gadai syariah di Pegadaian Syariah Unit Tukmudal.