

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari bab IV, mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Produk Tabungan Emas Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Cirebon Bisnis Center), dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas. Hal ini berdasar pada hasil uji statistik-t yang nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} (4,413) > t_{tabel} (1,662)$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Cirebon Bisnis Center.
2. Promosi produk tabungan emas berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini berdasar pada hasil uji statistik-t yang nilai signifikansi variabel promosi produk (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} (4,062) > t_{tabel} (1,662)$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi produk tabungan emas terhadap minat nasabah di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Cirebon Bisnis Center.
3. Secara keseluruhan Kualitas Pelayanan dan promosi Produk tabungan emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini berdasar pada hasil uji F, dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($80,158 > 3,95$) dengan signifikansi lebih kecil dari $0,005$ ($0,000 < 0,05$). Sedangkan pada *R Square* diperoleh hasil $0,646$ atau sebesar $64,6\%$ bahwa kualitas pelayanan dan promosi produk tabungan emas berpengaruh terhadap minat nasabah dan sisanya $35,4\%$ dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan jawaban responden atas variabel penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Cirebon Bisnis Center

Variabel Kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh cukup tinggi terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di pegadaian unit pelayanan syariah Cirebon bisnis center dalam penelitian ini, dari hal ini diharapkan pegadaian syariah dapat terus memberikan pelayanan yang berkualitas, selain itu juga harus terus mengperbaharui pelayanan ke yang lebih baik lagi terhadap nasabah agar nasabah mendapat kepuasan tersendiri terhadap pegadaian UPS CBC.

Pada variabel promosi produk tabungan emas berpengaruh terhadap minat 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 meningkatkan minat nasabah dalam menabung emas.

2. Bagi Peneliti lainnya, 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 yang mempengaruhi minat nasabah pada produk tabungan emas. Penambahan variabel, indikator baru, dan faktor-faktor lainnya, karena dalam penelitian ini terdapat 35,4% faktor-faktor lain yang tidak diteliti yang mempengaruhi minat nasabah.