

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mendeskripsikan simpulan sebagai berikut:

1. Reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,345 > 1,986$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,021$ lebih kecil dari $0,05$. Maka hal ini berarti H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, dengan kata lain bahwa variabel reputasi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah pada nasabah pegadaian syariah unit Awirarangan Kuningan.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,341 > 1,986$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Maka hal ini berarti H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, dengan kata lain bahwa variabel kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah pada nasabah pegadaian syariah unit Awirarangan Kuningan.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,520 > 1,986$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,013 < 0,05$. Maka hal ini berarti H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, dengan kata lain bahwa variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah pada nasabah pegadaian syariah unit Awirarangan Kuningan.
4. Reputasi, kualitas layanan, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah karena nilai $f_{hitung} = 82,274 > f_{tabel} = 2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara reputasi, kualitas layanan, dan promosi secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah pada nasabah pegadaian syariah unit

Awirarangan Kuningan. Minat nasabah dipengaruhi oleh variabel reputasi, kualitas layanan, dan promosi secara simultan sebesar 73,1%, sedangkan sisanya 26,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak pegadaian syariah selalu memperhatikan reputasi perusahaan dengan baik dan kompetensinya dalam menjaga kepercayaan nasabahnya. Contohnya seperti, diadakan evaluasi setiap beberapa bulan sekali kepada nasabah dengan cara melakukan wawancara atau menyebarkan kuesioner terkait evaluasi kinerja perusahaan.
2. Dengan meningkatnya nasabah disaat pandemi, diharapkan untuk pegadaian syariah agar lebih memperhatikan kualitas layanannya dan lebih dioptimalkan lagi dengan cara mendahulukan nasabah yang telah mengambil antrian dan menunggu dibandingkan dengan nasabah yang baru datang. Untuk membedakannya, sebaiknya nasabah dengan nomor urutan awal dipersilahkan duduk di barisan depan supaya ketika pemanggilan nomor antrian, nasabah bisa cepat maju ke bagian kasir dan nasabah dengan nomor urut selanjutnya dapat mengisi tempat duduk nasabah sebelumnya. Dengan demikian, pelayanannya pun menjadi lebih cepat dan efisien.
3. Diharapkan untuk pegadaian syariah agar lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat yang belum mengetahui pegadaian syariah, seperti memberikan edukasi langsung kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui informasi yang cukup tentang produk atau jasa yang ada di pegadaian syariah, khususnya jasa gadai syariah sehingga minat nasabah pun menjadi naik.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah atau mengembangkan variabel-variabel yang belum ada pada penelitian ini dengan subjek penelitian yang berbeda.