

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan sebelumnya yaitu “Analisis Pengaruh Faktor Promosi, Pengetahuan Produk, Dan Kualitas Pelayanan PT Pegadaian Syariah (Persero) Terhadap Minat Untuk Menggunakan Tabungan Emas (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Jambi)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan Tabungan Emas secara parsial menunjukkan artinya semakin baik promosi yang dilakukan maka semakin tinggi pula minat untuk menabung dan semakin sering calon nasabah mendapatkan informasi melalui promosi, maka minat masyarakat juga semakin meningkat.
2. Nilai t hitung pada variabel pengetahuan produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan Tabungan Emas secara parsial menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menabung emas.
3. Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan Tabungan Emas secara parsial menunjukkan bahwa menjaga kualitas pelayanan, mendorong untuk memberikan yang baik dan menghindari yang buruk sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar pula minat beli konsumen terhadap produk tersebut.
4. Secara simultan dari ketiga variabel yang diuji menunjukkan bahwa promosi (X1), pengetahuan produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3), secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan Tabungan Emas.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang di peroleh pada penelitian ini, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Kepada Pemilik perusahaan

Disarankan pada pemilik perusahaan untuk lebih senantiasa meningkatkan promosi, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada masyarakat agar terciptanya minat masyarakat terhadap produk pegadaian syariah terutama tabungan emas yang lebih maksimal. Dengan terciptanya minat masyarakat terhadap produk pegadaian syariah maka masyarakat dapat mempertahankan loyalitas kepada perusahaan dan akan terus menerus merekomendasikan kepada orang lain sehingga akan dikenal lebih luas dan meningkatkan penjualan.

2. Bagi Manejer Perusahaan

Bagi Manajer Perusahaan agar lebih memerhatikan promosi, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan hal ini penting untuk diperhatikan agar promosi digunakan untuk mendukung berbagai strategi pemasaran sehingga sesuai tersampaikan kepada masyarakat dan Peningkatan pengetahuan produk agar masyarakat mengetahui kegunaan dan manfaat dari produk pegadaian syariah terutama tabungan emas dan juga agar lebih meningkatkan minat dengan cara karyawan menjaga dengan baik kualitas pelayanan terkait sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan, sikap dapat dipercaya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sejenis diharapkan lebih memperhatikan beberapa faktor selain faktor yang digunakan dalam penelitian ini yang dianggap berpengaruh terhadap minat masyarakat terhadap produk pegadaian syariah.