

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian pada variabel promosi (X1), diperoleh uji t yang menghasilkan nilai sig sebesar ($4.333 > 1.991$) maka diketahui bahwa hipotesis diterima. Hal ini membuktikan terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja. Jadi semakin sering PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja melakukan promosi maka akan semakin meningkat jumlah nasabah yang memutuskan untuk menggunakan produk Arrum Haji dan sebaliknya semakin tidak pernah pihak PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja melakukan promosi maka akan semakin menurun jumlah nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji.
2. Hasil pengujian pada variabel lokasi (X2), diperoleh uji t yang menghasilkan nilai $t_{hitung} = 3.213$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.213 > 1.991$) dengan signifikan $0.02 < 0.05$, maka hipotesis diterima. Hal ini membuktikan terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja. Jadi semakin strategis lokasi dari PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja maka akan semakin

3. meningkat jumlah nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji dan sebaliknya jika lokasi dari PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja tidak strategis maka akan semakin menurun nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji.
4. Hasil pengujian pada variabel harga (X3), diperoleh uji t yang menghasilkan nilai $t_{hitung} = 4.559$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.559 > 1.991$) dengan nilai signifikan $0.00 < 0.05$, maka hipotesis diterima. Hal ini membuktikan terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja. Jadi semakin tinggi harga yang diterima oleh nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja maka akan semakin meningkat jumlah nasabah yang memutuskan untuk menggunakan produk Arrum Haji, begitupula sebaliknya semakin rendah harga yang diterima nasabah maka akan semakin menurun jumlah nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji.
5. Hasil pengujian membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara promosi, lokasi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja. Hal ini juga diperkuat dan didukung dengan uji F yaitu pada tabel ANOVA bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($29.022 > 2.71$) dengan taraf signifikan $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan ketiga variabel promosi, lokasi dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

5.2. Saran

Penulis menyadari bahwa masih terdapat begitu banyak keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dapat dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut yaitu:

1. Bagi Pihak PT Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Simpang 4 Lantas Baturaja
 - a. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk, dan disarankan agar promosi yang dilakukan oleh pihak PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lantas Baturaja untuk bisa lebih meningkatkan lagi promosi yang dilakukan agar jumlah nasabah dapat meningkat seperti yang diharapkan, bisa dengan melakukan strategi pemasaran untuk promosi yang lebih menarik dan unik, seperti mengiklankan lewat media sosial dan melakukan pameran secara langsung diacara-acara pengajian agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat serta menjaga hubungan baik dengan para nasabah karna dengan begitu ada kemungkinan para nasabah akan mempromosikan produk arrum haji ke banyak orang.

- b. Dari hasil penelitian lokasi memberikan pengaruh yang positif dan ditingkatkan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk, oleh karena itu di sarankan agar pihak PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja agar menyediakan tempat ruang tunggu yang nyaman dengan berbagai fasilitas gratis bagi calon nasabah maupun nasabah tetap.
- c. Dari hasil penelitian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk, oleh karena itu disarankan agar pihak PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja bisa menyesuaikan dengan cepat pada dinamika pasar dan relatif terhadap tingkat harga pesaing sehingga diharapkan dapat untuk menarik calon nasabah agar menggunakan produk arrum haji di di PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja.
- d. Pada keputusan nasabah, ketiga variabel promosi, lokasi dan harga ini sudah cukup baik, maka pihak di PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas Baturaja perlu melakukan peningkatan pada semua aspek yang ada kaitannya dengan keputusan nasabah. Agar nasabah selalu ingin menggunakan prosu dan jasa yang di ediakan oleh pihak PT Pegadaian (Persero) Cabang syariah Simpang 4 Lintas

Baturaja.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar bisa lebih dikembangkan lagi penelitiannya dengan memperluas variabel penelitian misalnya menggunakan kualitas pelayanan dan sebagainya, serta memperbanya sampel penelitian dan melakukan wawancara langsung ke para responden agar bisa memperkuat hasil penelitian. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mencoba untuk melakukan pengujian dengan menggunakan program selain SPSS.