

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap minat nasabah menggunakan produk Tabungan Emas pada Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga Banjarmasin maka semua variabel dalam bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), dan promosi (X_4) berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 11,633 Lebih > F_{tabel} yang sebesar 2,48 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α yaitu 0,05, dan nilai R square sebesar 0,365 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel bebas yang meliputi produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), dan promosi (X_4) mempengaruhi variabel terikat yaitu minat nasabah (Y) sebesar 36,50%. Sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil analisis terhadap variabel bebas yang meliputi produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), dan promosi (X_4) secara parsial ternyata variabel produk (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dilihat dari t_{hitung} sebesar 0,312 < t_{tabel} yang sebesar 1,66388 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,756 > 0,05.

Sedangkan variabel lainnya yaitu harga (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah (Y), hal ini terlihat dari t_{hitung} sebesar $3,322 > t_{tabel}$ yang bernilai 1,66388 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Selanjutnya variabel tempat (X_3) yang juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah (Y), hal ini dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $1,994 > t_{tabel}$ yang sebesar 1,66388 dengan tingkat signifikansi $0,047 < 0,05$. Disusul variabel promosi (X_4) yang juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah (Y) yang dapat ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} 2,240 $> t_{tabel}$ 1,66388 dengan tingkat signifikansi $0,028 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengamatan penulis berkesimpulan bahwa Pemasaran yang dilakukan pihak Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin semuanya masih di dalam jalur prinsip-prinsip muamalah islami.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan emas, maka peneliti memberikan saran, yaitu:

1. Dari hasil pembahasan yang menyebutkan bahwa bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk Tabungan Emas pada Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin, maka diharapkan kepada pihak terkait terutama Pegadaian Syariah Cabang Banjarmasin dapat

memberikan perhatian lebih untuk meningkatkan semua variabel tersebut.

2. Bagi peneliti berikutnya yang masih melihat bahwa penelitian ini masih terdapat kekurangan sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai produk-produk lembaga keuangan syariah, maupun mengenai minat nasabah. Selain itu juga dapat mengambil objek yang berbeda maupun dengan meneliti variabel lain yang mungkin memengaruhi minat nasabah.