

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel Motivasi (X_1), variabel Persepsi (X_2), dan variabel Keyakinan (X_3) terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai secara parsial dan simultan. Penelitian ini dilakukan terhadap 70 responden atau 70 nasabah pengguna produk gadai di PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada variabel motivasi (X_1) diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi (X_1) terhadap variabel minat (Y). Hal tersebut didukung dari hasil penelitian yang diperoleh, yakni dalam uji t antara variabel motivasi (X_1) terhadap variabel minat

memiliki nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,466 > 1,668$ dengan nilai Sig. variabel motivasi (X_1) adalah sebesar $0,016 < 0,1$.

2. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada variabel persepsi (X_2) diperoleh bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi (X_2) terhadap variabel minat. Hal tersebut didukung dari hasil penelitian yang diperoleh, yakni dalam uji t antara variabel persepsi (X_2) terhadap variabel minat memiliki nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $1,578 < 1,668$ dengan nilai Sig. variabel persepsi (X_2) adalah sebesar $0,119 > 0,1$.
3. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada variabel keyakinan (X_3) diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel keyakinan (X_3) terhadap variabel minat (Y). Hal tersebut didukung dari hasil penelitian yang diperoleh, yakni dalam uji t antara variabel keyakinan (X_3) terhadap variabel minat memiliki nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,514 > 1,668$

dengan nilai Sig. variabel keyakinan (X_3) adalah sebesar $0,014 < 0,1$.

4. Berdasarkan hasil uji F (simultan) pada variabel motivasi (X_1), variabel persepsi (X_2), dan variabel keyakinan (X_3) terhadap variabel minat (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) antara motivasi (X_1), persepsi (X_2), dan keyakinan (X_3) terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadaai syariah yang terlihat dari nilai F hitung sebesar 18,014 lebih besar dari F tabel yaitu 2,17 ($18,014 > 2,17$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$.

B. Saran

1. Bagi lembaga yang diteliti diharapkan lebih memperluas sosialisasi mengenai Lembaga Pegadaian Syariah serta produk-produk yang ada di dalamnya, agar pengetahuan masyarakat terhadap produk-produk di Pegadaian Syariah

lebih meningkat dan agar minat nasabah terhadap Pegadaian Syariah lebih meningkat.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti dapat memperluas penelitian seperti dengan menambah variabel yang baru, menambah angket yang lebih banyak dan sampel yang lebih banyak lagi, agar mendapat hasil penelitian yang lebih beragam dan mendapatkan wawasan yang baru serta lebih luas lagi, serta bisa dijadikan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.