

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Promosi Terhadap Minat Investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang. Hasil uji Korelasi berdasarkan nilai *signifikansi (Sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Promosi (X_1) dengan Minat Investasi (Y) dimana nilai signifikansi $0,517 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat korelasi yang signifikan. Maka ditolak. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu -0.082 atau tidak memiliki korelasi sama sekali.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang. Hasil uji Korelasi berdasarkan nilai *signifikansi (Sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Kualitas Pelayanan (X_2) dengan Minat Investasi (Y) dimana nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0.246 atau tingkat korelasinya lemah.
3. Tidak terdapat hubungan antara Promosi dan Kualitas Pelayanan di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang. Hasil uji Korelasi berdasarkan nilai *signifikansi (Sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Promosi (X_1) dengan Kualitas Pelayanan (X_2) dimana nilai signifikansi $0.292 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa ditolak. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0.134 atau tidak ada korelasi.
4. Terdapat hubungan secara simultan antara Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang. Hasil uji Korelasi simultan berdasarkan nilai *Sig f change* dari tabel korelasi secara simultan dapat diketahui antara Promosi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan

Minat Investasi (Y) dimana nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,272 atau tingkat korelasinya cukup.

5. Terdapat pengaruh antara Promosi dan Kualitas Pelayanan secara Terhadap Minat Investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang. Koefisien regresi Tingkat Promosi (X_1) sebesar -0.145 dan Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,302. Jadi Variabel Kualitas Pelayanan merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Investasi, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,302 dibandingkan dengan variabel Promosi yang nilai koefisiennya hanya sebesar -0.145.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ada beberapa saran untuk Pegadaian Syariah dan bagi peneliti selanjutnya yang membahas judul yang sama. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti sendiri, diharapkan penelitian ini mampu menambah wawasan mengenai minat investasi emas nasabah dan juga peneliti mengharapakan penelitian ini mampu dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan judul ini.
2. Kepada pihak Pegadaian Syariah agar lebih meningkatkan lagi Promosi dan lebih berupaya lagi untuk menjaga Kualitas Pelayanan para Nasabah demi tercapainya Minat Investasi Emas