

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisa yang telah dilakukan mengenai pengaruh promosi, pengetahuan produk dan kontrol perilaku terhadap minat nasabah yang belum menggunakan produk gadai KCA, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel promosi, pengetahuan produk dan kontrol perilaku bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan produk gadai KCA.
2. Variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan produk gadai KCA.
3. Variabel pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan produk gadai KCA.
4. Variabel kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat, yang artinya dengan semakin tingginya kontrol perilaku maka akan semakin meningkatkan minat dalam menggunakan produk gadai KCA.

1.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dan menjadi referensi evaluasi dimasa yang akan datang. Adapun saran peneliti adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian melalaui variabel promosi, indikator yang berkaitan dengan frekuensi promosi memperoleh skor dengan nilai terendah. Saran yang dapat penulis berikan terhadap PT. Pegadaian Cabang Kuningan diharapkan agar perusahaan mempertimbangkan untuk meningkatkan frekuensi promosi secara signifikan, terutama selama periode dimana penurunan penjualan terjadi. Misalnya, jika biasanya melakukan promosi sekali seminggu, pertimbangkan untuk meningkatkannya menjadi 4 hari sampai 6 hari dalam seminggu untuk sementara waktu dan menghubungi kembali calon nasabah agar hubungan konsumen dengan pihak perusahaan berjalan dengan baik. Namun, pastikan

promosi tersebut tidak menjadi terlalu mengganggu atau merusak citra merek Pegadaian.

2. Dari hasil penelitian melalui variabel pengetahuan produk, indikator yang berkaitan dengan manfaat psikologis memperoleh skor dengan nilai terendah. Saran yang dapat penulis berikan terhadap PT. Pegadaian Cabang Kuningan diharapkan agar perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan, berikan layanan yang dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan dan situasi unik setiap nasabah. Terapkan juga kampanye komunikasi. Buat kampanye komunikasi yang fokus pada manfaat emosional dan psikologis dari produk gadai KCA, seperti rasa aman, kepercayaan, dan kepastian finansial.
3. Dari hasil penelitian melalui variabel kontrol perilaku, indikator yang berkaitan dengan keyakinan nasabah dalam melunasi pembiayaan memperoleh skor dengan nilai terendah. Saran yang dapat penulis berikan terhadap PT. Pegadaian Cabang Kuningan diharapkan agar perusahaan lebih intens memberikan edukasi keuangan kepada pelanggan tentang manfaat dan risiko produk gadai KCA serta membantu mereka memahami pentingnya melunasi pembiayaan secara tepat waktu dan konsekuensinya jika gagal melakukannya. Ini dapat dilakukan melalui kampanye edukasi, seminar, atau materi online yang informatif, atau menciptakan program penghargaan atau insentif bagi nasabah yang melakukan pembayaran tepat waktu atau membayar lebih dari yang diharapkan dapat menjadi dorongan tambahan bagi mereka untuk tetap berkomitmen pada pembayaran.
4. Saran untuk penelitian berikutnya adalah agar penelitian ini dapat dieksplorasi secara lebih menyeluruh dan diperluas dengan memperkenalkan variabel lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, budaya, sosial, harga atau variabel tambahan lainnya yang lebih relevan. Tujuan utamanya adalah untuk memaksimalkan potensi pemanfaatan hasil penelitian ini dan mendorong pengembangan yang lebih komprehensif.