

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengetahuan produk gadai emas dan pengetahuan prinsip operasional syariah terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa pengetahuan tentang produk gadai emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.
2. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa pengetahuan tentang prinsip operasional syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.
3. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa pengetahuan produk gadai emas dan pengetahuan prinsip operasional syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik

B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi akademik

Untuk bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi tentang pengetahuan produk dan prinsip operasinal serta keputusan nasabah.

2. Bagi lembaga keuangan syariah

BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik sebagai lembaga keuangan syariah:

- a. Agar profesionalitas lebih ditingkatkan sehingga akan meningkatkan intensitas nasabah dalam bertransaksi ke BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.
- b. Agar produk-produk yang sudah ada dapat dipertahankan kualitas serta dapat menambah produk yang lebih bervariasi guna memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin meningkat.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Untuk peneliti yang akan datang bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi dan disarankan untuk penelitian yang akan datang terkait pengetahuan produk gadai emas dan pengetahuan prinsip operasional syariah terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas bisa meneliti lebih khusus produk yang ingin dikaji dan prinsip operasional yang diterapkan dalam transaksi. Selain itu faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk dapat lebih dipelajari dan dikaji lebih dalam untuk mengetahui

seberapa besar faktor tersebut mempengaruhi keputusan konsumen sehingga diharapkan mampu menjadi acuan perusahaan dalam membuat suatu kebijakan.