BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai ANALISIS FAKTOR PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MENJADI NASABAH PERUM PEGADAIAN CABANG BABARSARI, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = Y = 0{,}562 + 0{,}433\ X_1 + 0{,}421\ X_2 + 0{,}376\ X_3$$

nasabah Perum Pegadaian cabang Babarsari, sedangkan besar bobot pengaruh dari varibel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi masing- Persamaan diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen (Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan) mempunyai pengaruh positif terhadap Motivasi konsumen untuk menjadi masing variabel independen.

2. Hasil pengujian secara serempak (uji F) menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan) secara serempak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian cabang Babarsari, besar nilai F tabel 2,699 dan nilai dari F hitung 12,114 , sehingga nilai F hitung lebih besar dari F tabel berarti secara serempak variabel-variabel independen (Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan) berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi konsumen. Sedangkan

dari koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi yaitu sebesar 0,770 menunjukkan bahwa 77,0 % dari Motivasi konsumen dipengaruhi secara bersama-sama oleh Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan pada Produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari dan sisanya 23,0 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

3. Pada variabel Jasa Gadai menunjukkkan bahwa nilai t hitung (4,026) lebih besar dari pada t tabel (1,985) sehingga Jasa Gadai berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi konsumen. Nilai koefisien korelasi parsial (r^2) antara Y dan X_1 yaitu sebesar 0,671 menunjukkan bahwa variasi Jasa Gadai mampu mempengaruhi variasi Motivasi konsumen sebesar 67,1% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).
4. Pada variabel Jasa Taksiran menunjukkkan bahwa nilai t hitung (3,713) lebih besar dari pada t tabel (1,985) sehingga Jasa Taksiran berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi konsumen. Nilai koefisien korelasi parsial (r^2) antara Y dan X_1 yaitu sebesar 0,474 menunjukkan bahwa variasi Jasa Taksiran mampu mempengaruhi variasi Motivasi konsumen sebesar 47,4% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).
5. Pada variabel Jasa Titipan menunjukkkan bahwa nilai t hitung (3,385) lebih besar dari pada t tabel (1,985) sehingga Jasa Taksiran berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi konsumen. Nilai koefisien korelasi parsial (r^2) antara Y dan X_1 yaitu sebesar 0,457 menunjukkan bahwa variasi Jasa Taksiran mampu mempengaruhi variasi Motivasi konsumen sebesar 45,7% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

6. Berdasarkan nilai tabel koefisien korelasi parsial dapat digunakan untuk mencari nilai variabel bebas yang paling dominan dibandingkan dengan faktor lainnya.

Variabel Jasa gadai (X_1) mempunyai koefisien korelasi parsial yang terbesar diantara variabel lainnya sebesar 0,671 sehingga pengaruh variabel Jasa gadai terhadap motivasi konsumen (Y) adalah sebesar 0,671 atau 67,1%. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi parsial tersebut dapat dilihat bahwa variabel jasa gadai mempunyai koefisien korelasi parsial paling besar, sehingga dapat dikatakan bahwa jasa gadai mempunyai pengaruh dominan terhadap motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari. Konsumen menggunakan jasa gadai karena lebih didorong oleh kebutuhannya mendapatkan kebutuhan dana atau uang tunai dengan syarat yang ringan dan cepat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data serta kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Dengan adanya hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya penggunaan produk jasa yang berupa : Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan, merupakan bagian yang penting (vital) dalam memotivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian cabang Babarsari. Sehingga penelitian ini dapat digunakan untuk dasar pengembangan produk jasa yang lainnya. dengan begitu Perum Pegadaian cabang Babarsari diharapkan dapat memperhatikan ketiga produk jasa tersebut.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk jasa pada Perum Pegadaian cabang Babarsari sangat berpengaruh besar terhadap motivasi konsumen. Maka dapat dipastikan bahwa produk jasa yang ditawarkan oleh Perum Pegadaian cabang Babarsari telah tepat sesuai keinginan konsumen, karena menunjukkan efek yang bagus. Oleh karena itu dalam kinerja produk jasa tersebut diharapkan menjadi semakin baik.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Jasa Gadai cabang Babarsari sangat berpengaruh terhadap motivasi konsumen. Maka Perum pegadaian cabang Babarsari diharapkan dapat memperbaiki pelayanan dalam peminjaman dana dan mempermudah syarat jaminan yang sesuai prosedur karena apabila nasabah dibebani oleh syarat peminjaman yang berbelit-belit maka pelanggan akan berpindah ke tempat peminjaman dana lainnya yang memberikan syarat peminjaman yang lebih mudah.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Jasa Taksiran cabang Babarsari berpengaruh terhadap motivasi konsumen. Maka Perum pegadaian cabang Babarsari diharapkan dapat memperbaiki kemampuan karyawan dalam menaksir barang dan menambah peralatan taksiran agar dalam proses taksiran barang dapat lebih lancar.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Jasa Titipan cabang Babarsari berpengaruh terhadap motivasi konsumen. Maka Perum pegadaian cabang Babarsari diharapkan dapat menambah fasilitas untuk jasa titipan seperti tempat menyimpan barang titipan, karena melihat dari lokasi gudang untuk penitipan

barang dikhawatirkan tidak dapat mencukupi untuk jumlah barang nasabah yang akan datang.

6. Hasil penelitian pada produk jasa yang paling dominan yaitu jasa gadai, disebabkan karena jasa merupakan produk utama dari Perum Pegadaian sehingga konsumen menggunakan jasa gadai karena lebih didorong oleh kebutuhannya mendapatkan kebutuhan dana atau uang tunai dengan syarat yang ringan dan cepat. Tetapi sebaiknya pegadaian juga mengeluarkan produk baru yang setara dan diminati oleh konsumen, sehingga pegadaian mempunyai produk unggulan yang lain dalam hal pemenuhan kebutuhan dana secara cepat dengan syarat yang ringan.