

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

***Uswatun hasanah (2018): Pengaruh Efektivitas Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru***

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi jumlah nasabah produk tabungan emas pada PT. Pegadaian syariah cabang soebrantas Pekanbaru. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat dan promosi produk tabungan emas terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 826 orang nasabah produk tabungan emas dengan teknik pengambilan sampelnya menggunakan rumus slovin, dan diperoleh sampel sebanyak 89 orang nasabah, penulis mendapatkan data menggunakan teknik wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa variabel produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi  $Y = 0,657 + 0,251X_1 + 0,271X_2 + 0,289X_3 + 0,200X_4$ , dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel produk, harga, tempat dan promosi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan jumlah nasabahnya. Dengan menggunakan uji parsial (Uji t) diketahui t hitung > t tabel yaitu untuk produk sebesar  $(2,909) > (1,989)$  atau Sig.  $(0,005) < 0,05$ , harga  $(3,065) > (1,989)$  atau Sig.  $(0,003) < 0,05$ , tempat  $(3,019) > (1,989)$  atau Sig.  $(0,003) < 0,05$ , promosi  $(2,641) > (1,989)$  atau Sig.  $(0,010) < 0,05$ . Berdasarkan hasil uji secara simultan (Uji F) diketahui F hitung sebesar  $(38,392) > F$  tabel  $(2,480)$  dengan Sig.  $(0,000) < 0,05$ , dapat diartikan bahwa variabel produk, harga, tempat dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru. Dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui bahwa produk, harga, tempat dan promosi memberikan pengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah sebesar 64,6 %. Sedangkan sisanya 35,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Dalam tinjauan Ekonomi Syariah terhadap kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru berada dalam kondisi yang dibolehkan dan telah sesuai dengan ekonomi syariah.