



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

Marnotua Hasibuan (2019): Analisis Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Pegadaian (Persero) UPS. Sibuhuan Sumatera Utara

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya gejala bahwa peningkatan jumlah nasabah secara signifikan dari bulan ke bulan, saat mulai beroperasi PT. Pegadaian (persero) UPS. Sibuhuan Sumatera Utara tanpa adanya implementasi strategi pemasaran PT. Pegadaian (persero) UPS. Sibuhuan dan masih terdapat kejanggalan-kejanggalan strategi pemasaran PT. Pegadaian (persero) UPS. Sibuhuan dalam mengimplementasikan strategi pemasarannya terhadap nasabah, dimana PT. Pegadaian (persero) UPS. Sibuhuan adalah berbasis syariah akan tetapi dalam hal implementasi strategi pemasarannya terlihat dan terasa sama dengan PT. Pegadaian konvensional.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah pengaruh secara parsial strategi pemasaran syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai pada PT. Pegadaian UPS. Sibuhuan Sumatera Utara. (2) Bagaimanakah pengaruh secara simultan strategi pemasaran syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai pada PT. Pegadaian UPS. Sibuhuan Sumatera Utara. (3) Bagaimanakah strategi pemasaran PT. Pegadaian UPS. Sibuhuan ditinjau dari perspektif ekonomi Islam?

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan penelitian yakni kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 585 dan sampel penelitian ini berjumlah 31 orang, diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data Penelitian ini diperoleh melalui angket yang disusun dengan menggunakan skala likert. Adapun teknik analisis data didalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) hasil uji T parsial bahwa variabel al-waqiyah dan insaniyah berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPS. Sibuhuan. Sedangkan variabel produk, harga, tempat, promosi, rabbaniyah dan akhlaqiyah tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPS. Sibuhuan. (2) berdasarkan hasil uji F simultan bahwa strategi pemasaran syaria'ah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPS. Sibuhuan. Dimana $F_{Hitung} = 3.936 > F_{tabel} = 2.40$. (3) Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif frekuensi SPSS 16.00 windows 7, dimana responden menjawab sangat setuju (SS) dan setuju (S) > jawaban responden Netral (N), Kurang setuju (KS) dan Tidak setuju (TS) maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran PT. Pegadaian (Persero) UPS. Sibuhuan telah sesuai dengan perspektif ekonomi islam.