

ABSTRAK

Muhammad Nailu Ulumul Hizbi, 1720510076, Pengaruh Promosi, Kualitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, 2022.

Penelitian ini adalah dengan pendekatan Kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus, (2) Untuk menguji secara empiris adanya Pengaruh Kualitas Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus, (3) Untuk menguji secara empiris adanya Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus. (4) Untuk menganalisis secara empiris adanya Pengaruh Promosi, Kualitas, Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus.

Subyek penelitian ini adalah seluruh nasabah Tabungan Emas berdasarkan di Pegadaian Syariah Kudus sebanyak 205 nasabah. Data-data dikumpulkan dengan metode observasi, angket, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data-data terkumpul, dianalisis dengan teknik pendekatan kuantitatif dikarenakan data penelitian angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik dengan jenis penelitian korelasi. Hasil penelitian ini yaitu (1) Hasil pengujian statistik nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,688 > 1,971$), dan nilai p value (sig) 0,000 dibawah 0,05 (tingkat signifikan), maka H_a diterima artinya secara parsial Promosi berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Kudus. (2) Hasil pengujian statistik nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,849 > 1,971$) dan nilai p value (sig) 0,000 dibawah 0,05 (tingkat signifikan), maka H_a diterima artinya secara parsial Kualitas berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Kudus. (3) Hasil pengujian statistik nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($10,255 > 1,971$) dan nilai p value (sig) 0,000 dibawah 0,05 (tingkat signifikan), maka H_a diterima artinya secara parsial Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Kudus. (4) Hasil uji simultan F diperoleh nilai koefisien 57,955 signifikansi 0,000. Pada analisis regresi linear koefisien determinasi R^2 besarnya 0,464. Maka, Minat Masyarakat dijelaskan variabel Promosi, Kualitas, dan Pendapatan sebesar 46,4% atau dengan kata lain kontribusi variabel independen terhadap variasi (perubahan) pemahaman sistematis (Y) sebesar ($100\% - 46,4\% = 53,6\%$) Variabel pemahaman sistematis (Y) bias dijelaskan oleh variasi dari variabel independen, jadi sisanya sebesar 53,6% untuk Minat Masyarakat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci : *Promosi, Kualitas, Pendapatan, Minat Masyarakat, Tabungan Emas.*