

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara promosi, lokasi dan harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Arrum Haji di PT Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Simpang 4 Lintas Baturaja, dengan menggunakan variabel independen promosi, lokasi dan harga serta variabel dependen sebagai keputusan nasabah.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 92 responden. teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah simple random sampling. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan angka Adjusted R Square sebesar 0.480 atau 48.0% artinya 48.0% variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen, sedangkan sisanya 52.0% keputusan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : Promosi, Lokasi, Harga dan Keputusan Nasabah