

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Di UPS Jendral Ahmad Yani Plaju Palembang. Permasalahan yang diangkat adalah sejauh mana Promosi dan Pengetahuan Masyarakat mempengaruhi Keputusan nasabah dalam Bertransaksi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner kepada 97 responden yang dipilih secara purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan pengetahuan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi.

Promosi yang efektif mampu meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat, sementara Pengetahuan Masyarakat tentang produk dan prinsip syariah mendorong Keputusan untuk Bertransaksi. Nilai R-square sebesar 0,309 menunjukkan bahwa Promosi dan Pengetahuan Masyarakat mampu menjelaskan 30,9% dari keputusan bertransaksi. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa Pegadaian Syariah perlu meningkatkan strategi promosi dan edukasi masyarakat agar dapat mendorong keputusan bertransaksi sesuai prinsip syariah.

**Kata Kunci:** Promosi, Pengetahuan masyarakat, Keputusan bertransaksi, Lembaga keuangan syariah, Pegadaian Syariah.

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of Promotion and Public Knowledge on Transaction Decisions at UPS Jendral Ahmad Yani Plaju Palembang. The problem raised is how far Promotion and Public Knowledge affect customers' Transaction Decisions. This research uses a quantitative method with a survey technique through questionnaires distributed to 97 respondents selected using purposive sampling.*

*The results show that both promotion and public knowledge have a significant influence on transaction decisions. Effective promotion increases public interest and trust, while public knowledge about products and Sharia principles encourages transaction decisions. The R-square value of 0.309 indicates that promotion and public knowledge explain 30.9% of the transaction decision. This study implies that Pegadaian Syariah needs to improve its promotion strategies and public education to encourage transaction decisions based on Sharia principles.*

**Keywords:** *Promotion, Public Knowledge, Transaction Decision, Islamic Financial Institution, Pegadaian Syariah.*