

Analisis faktor-faktor dominan bauran pemasaran pembeli produk murabahah emas Pegadaian Syariah = dominant factors analysis of promotion mix of the gold murabahah product buyer at Pegadaian Syariah

Mohamad Ihsan Palaloi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20342206&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menungkap faktor-faktor dominan bauran pemasaran pembeli produk murabahah emas pegadaian syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, Sampel yang digunakan sebanyak 93 orang diambil dengan teknik accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan data dianalisis analisis faktor. Hasil penelitian ini memmjukan bahwa faktor-faktor yang paling dorninan mempengaruhi pembeli produk murabahah emas adalah produk yang menjanjikan imbal hasil (return) lebih menarik, produk tidak memerlukan syarat yang rumit, lokasi mudah dijangkau, lokasi mudah ditemukan di berbagai tempat, pegadaian terletak di tempat-tempat yang strategis, produk memiliki cakupan pasar yang luas, sarana transportasi menuju kantor pegadaian mudah ditemukan, dan kantor pegadaian kondisinya memadai. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dsarankan perlu adanya transparansi dari petugas pegadaian dalam memberikan informasi kondisi emas yang dijual, perlu ada memberikan potongan harga, menambah kantor cabang di tempat-tempat yang strategis, membuat program promosi lebih gencar baik melalui media cetak maupun elektronik serta mengintensifkan promosi melalui penjualan langsung

Abstract

This research aimed to explore the dominant factors analysis of promotion mix of the gold murabahah product buyer at Pegadaian Syariah. This research using quantitative approach with survey method. The sample involved amount to 93 peoples taken through accidental sampling technique, Data gathering using questionnaire and data analyzed by factor analysis. The result of this research indicated the dominant factors influenced the buyer of Pegadaian Syariah gold murabahah product are the product that promise attractive yield, the product not require the complicated application, accessible location, the location easy to found in any place, strategic locations, the product have broad market1 transportation easy to found, and office in good condition. Based on this research, then suggested need to more transparence for pawnshop officer in giving information about the product, need to giving price discount. increase the branch office in strategic location. make more promotions program both through print or electronic media and intensively the promotion through direct seiling.