

ABSTRAK

Ana Nurul Hidayah, NIM : 1820510084, “Pengaruh Promosi dan *Brand Image* Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Ronggolawe Kudus)”

Adanya fenomena keadaan uang masyarakat tidak dapat memenuhi berbagai kebutuhan, baik kebutuhan yang mendesak maupun kebutuhan yang tidak terduga dan adanya Penggadaian Unit Pelayanan Syariah Ronggolawe Kudus sebagai salah satu solusi namun rentan tahun 2016-2020 mengalami penurunan dan perlambatan pertumbuhan. Dalam menarik minat nasabah Penggadaian Unit Pelayanan Syariah Ronggolawe Kudus melakukan promosi dan membangun *brand image* yang positif sehingga tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari promosi dan *brand image* terhadap minat menjadi nasabah penggadaian Unit Pelayanan Syariah Ronggolawe Kudus.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data melalui wawancara, analisis dokumen dan kuesioner, populasi dalam penelitian ini yakni 1.200 dan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 nasabah teknik analisis dibantu dengan software SPSS versi 24 dengan hasil penelitian 1) promosi berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah penggadaian syariah dengan hasil uji regresi linier berganda 0,234 dan hasil uji t dengan signifikansi $0,001 < 0,05$ dan t hitung $3,379 > t$ tabel 1,984. 2) *brand image* berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah penggadaian syariah dengan hasil regresi linier 0,226 dan hasil uji t dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung $4,952 > 1,984$

Kata Kunci : Promosi, *brand image*, Minat, Penggadaian, Syariah