

ABSTRAK

ANIS MAULIDA. 2018. *Faktor yang Memengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Produk Arrum Haji pada PT Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.* Pembimbing: (I) Sa'adah, S.Ag., M.H (II) Erisa Nilasari, S.P., M.P

Kata kunci: Faktor, Arrum Haji

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dikeluarkannya Arrum Haji yang merupakan produk baru oleh Pegadaian Syariah yang membantu para nasabahnya dalam mencapai keinginan untuk menunaikan ibadah haji, meskipun masih tergolong baru produk ini telah banyak menarik minat para nasabahnya dengan berbagai faktor yang mempengaruhi nasabahnya dalam menggunakan produk Arrum Haji tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk Arrum Haji serta faktor apa yang paling dominan yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan sifat penelitian deskriptif kemudian menganalisis data yang didapat dengan menggunakan pendekatan kualitatif, untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti melakukan wawancara kepada lima orang nasabah produk Arrum Haji, selain itu peneliti juga melakukan studi dokumen dan observasi guna mendukung data yang telah didapat.

Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat dua belas faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk Arrum Haji terbagi menjadi dua, yang pertama faktor internal yang terdiri dari empat faktor yaitu kepercayaan dan sikap, motivasi, gaya hidup, dan persepsi. Dan yang kedua adalah faktor eksternal yang terdiri dari tujuh faktor yaitu produk, promosi, harga(*price*), tempat(*place*), kualitas pelayanan, kelompok referensi, keluarga, dan keadaan ekonomi. Diantara faktor-faktor tersebut terdapat enam faktor yang paling banyak ditemukan pada para responden, keenam faktor tersebut adalah produk, kepercayaan dan sikap, persepsi, motivasi, harga(*price*), keadaan ekonomi, dan yang terakhir tempat (*place*). Namun faktor yang paling dominan diantara semua faktor tersebut adalah kepercayaan dan sikap yang merupakan faktor internal.