

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan generasi millennial tentang produk tabungan emas pada PT. Pegadaian. Sampel penelitian ini berjumlah 50 responden diantaranya mahasiswa vokasi, teman, tetangga, dan saudara yang berdomisili di Surabaya dengan langsung menyebarkan kuisisioner. Sampel dilakukan dengan metode *Sampling Insidental*. Tingkat pengetahuan produk menjadi variabel dalam penelitian ini dengan tiga indikator yaitu karakteristik/atribut produk, harga produk, dan manfaat produk. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dimaksud untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan dari responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan generasi millennial tentang produk tabungan emas pada PT. Pegadaian termasuk dalam kategori cukup mengetahui dengan indeks rata-rata sebesar 78,28%.

Kata Kunci : Tingkat Pengetahuan Produk, Tabungan Emas, PT. Pegadaian