

ABSTRAK

Silviana Fatimah, 2021, *Pengaruh Direct Marketing dan Personal Selling Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Produk Pembiayaan Lasisma Di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Pembimbing: Wasilul Chair, M.Si.

Kata Kunci: *Direct Marketing, Personal Selling, Keputusan Anggota.*

BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan merupakan suatu lembaga keuangan yang produknya banyak diminati masyarakat, baik itu produk tabungan maupun produk pembiayaan. Salah satu produk pembiayaan yang banyak diminati adalah produk pembiayaan Lasisma yang merupakan layanan berbasis jamaah. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu karena pembiayaan Lasisma ini tidak hanya ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan, akan tetapi banyak di BMT NU lainnya atau lembaga keuangan lainnya yang juga menyediakan produk yang sama. Dalam hal ini BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan menggunakan strategi pemasaran yang baik agar dapat bersaing di pasaran. Strategi yang digunakan adalah *direct marketing* dan *personal selling* untuk menarik minat anggotanya. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui adakah pengaruh *direct marketing* dan *personal selling* terhadap keputusan anggota secara parsial maupun secara simultan dalam memilih produk pembiayaan Lasisma di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota pembiayaan Lasisma di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan yang berjumlah 500 orang anggota. Sedangkan untuk penentuan sampel peneliti menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 83 orang anggota pembiayaan Lasisma. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan metode pemilihan sampel yaitu *purposive sampling*. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji parsial variabel *direct marketing* diperoleh t_{hitung} sebesar $3,435 > t_{tabel}$ 1,99006 yang berarti *direct marketing* berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan Lasisma di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan. Untuk variabel *personal selling* diperoleh t_{hitung} sebesar $-0,744 < t_{tabel}$ 1,99006 yang berarti *personal selling* tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan Lasisma di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan. Sedangkan untuk hasil uji simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $7,852 > F_{tabel}$ 3,11 yang berarti ada pengaruh signifikan secara bersamaan antara *direct marketing* dan *personal selling* terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan Lasisma di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.