**ABSTRAK**

Leli Kustiana Dewi, 2021. *Pengaruh Pengetahuan, Personal Selling Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Rahn (Gadai) di BMT NU JATIM Cabang Dungkek* Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Khotibul Umam, M.E.I.

**Kata Kunci: Pengetahuan, *Personal Selling*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah**

Transaksi finansial di dalam interaksi sosial keseharian, merupakan sebuah keniscayaan yang akan terus terjadi dan berlangsung di berbagai lini kehidupan. Terdapat beberapa bentuk dan jenis transaksi finansial yang biasa digunakan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup, baik yang bersifat produktif maupun konsumtif. Pengetahuan, personal selling dan kualitas pelayanan sangat diperlukan oleh lembaga keuangan agar bisa mempengaruhi terhadap keputusan nasabah.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probality sampling* dengan metode pemilihan sampel yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 96 responden dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan)

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji t untuk variabel Pengetahuan yaitu memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* (gadai) dengan nilai koefisien beta sebesar 0,971 dan nilai tHitung  13,552> tTabel 1,990 dan taraf signifikan 0,000 < 0,05. Untuk variabel *personal selling* berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* (gadai)diperoleh nilai koefisien betas sebesar (-0,332) dannilai tHitung (-4,867) < tTabel 1,990 dan taraf signifikan 0,000 < 0,05. Untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* (gadai) diperoleh nilai koefisien betas sebesar 0,671 dan nilai tHitung  10,878> tTabel 1,990 dan taraf signifikan 0,000 < 0,05. Serta pengujian hipotesis dengan uji f menunjukkan bahwa pengetahuan, *personal selling* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *rahn* (gadai) dengan fHitung 728,628> fTabel2,70 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05.