**ABSTRAK**

***Masruhah*,** 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan *Personal Selling* Terhadap Minat Menabung Anggota Pada Produk Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di BMT NU Cabang Proppo Kabupaten Pamekasan, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. Farahdilla Kutsiyah , S. Pt., MP.

**Kata Kunci**: Kualitas Produk, *Personal Selling*, Minat Menabung

Berkembangnya lembaga keuangan tidak terlepas dari manajemen pemasaran yang merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam perkembangan lembaga keuangan syariah, di mana manajemen pemasaran menjadi acuan pertama untuk sistem operasional lembaga keuangan syariah dalam lingkup penjualan dan pemasaran produk ataupun jasa dari lembaga keuangan syariah tersebut. Manajemen pemasaran dapat dikatakan sebagai suatu seni atau ilmu dalam memilih pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan *personal selling* berpengaruh terhadap minat menabung anggota pada produk tabungan *mudharabah* (Tabah) di BMT NU Cabang Proppo Kabupaten Pamekasan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling. Penelitian ini menggunakan 93 responden dengan menyebarkan kuesioner pada nasabah produk tabungan *mudharabah* (Tabah).

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas produk yaitu memiliki pengaruh terhadap minat menabung dengan nilai thitung 10.349 > ttabel 1.9863 dan taraf signifikan 0,000 < 0.05. Untuk variabel *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung anggota diperoleh oleh nilai thitung 10.349 > 1.9863 dan taraf signifikan 0.000 < 0.05. Serta pengujian hipotesis dengan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan *personal selling* secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung anggota dengan Fhitung 164.746 > Ftabel 3.10 dan nilai signifikan 0.000 < 0.05.