**ABSTRAK**

Deta Aprilia Syarifanti, 2022, *Pengaruh Promosi Penjualan SAJADAH Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Tlanakan Pamekasan*, Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing Fena Ulfa Aulia, SE. M.AK.

**Kata kunci :** Promosi Penjualan, Keputusan Anggota Menabung

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.Tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.Dari pernyataan diatas, dapat dilihat bahwa promosi dapat memengaruhi keputusan pembelian nasabah. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat dalam memilih promosi yang sesuai dengan produk yang dikeluarkan atau ditawarkan. Promosi memiliki bentuk atau macam-macamnya. Salah satu bentuk promosi adalah Promosi Penjualan. Promosi penjualan dirancang untuk menghasilkan tindakan yang segera dan spesifik. Promosi penjualan merupakan bentuk promosi yang dipilih untuk memperkenalkan produk SAJADAH kepada masyarakat luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi penjualan SAJADAH berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Tlanakan Pamekasan. Metode yang digunakan adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling.* Penelitian ini menggunakan 85 reponden dengan menyebarkan kuesioner kepada anggota yang sedang atau pernah bergabung dengan SAJADAH.

Hasil penelitian ini berdasarkan hasil uji t, bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan anggota menabung dengan nilai thitung  lebih besar ttabel (7,241 > 1,992) dan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya terdapat hubungan antara promosi penjualan terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Tlanakan Pamekasan dengan keterangan berpengaruh positif.