

ABSTRAK

Riawan Luluk Rahmatika 2022, Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan LASISMA DiKSPP. Syariah BMT Nuansa Ummat Cabang Saronggi Sumenep, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah (PBS), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura Pembimbing : Ach. Baiquni, M.Ag.

Kata kunci : *Personal Selling*, Keputusan Anggota.

BMT NU cabang Saronggi Sumenep merupakan lembaga keuangan syariah yang berprinsip syariah, dan banyak menyediakan berbagai macam produk tabungan dan pembiayaan. Produk pembiayaan diantaranya yaitu LASISMA, dalam pemasaran produk LASISMA karyawan menggunakan alat promosi *personal selling* seperti mengunjungi rumah anggota untuk memasarkan produk maka Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA dan seberapa besar pengaruh *personal selling* terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA diKSPP. Syariah BMT NU cabang Saronggi Sumenep.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan mendapatkan data penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Metode pengumpulan data menggunakan metode *simple random sampling* populasi penelitian ini adalah 266 anggota yang menggunakan produk pembiayaan LASISMA, dan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 responden. Alat yang digunakan untuk menguji data adalah uji Validitas dan Reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana, uji koefisien detriminasi dan uji t, dengan bantuan SPSS statistik versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota yang mana dapat diketahui dari hasil uji t nilai signifikansi variabel *personal selling* sebesar 0,043 lebih kecil dari 0,05 maka keputusan yang diambil adalah H_a diterima dan H_0 ditolak maka dapat dikatakan *personal selling* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA diKSPP. Syariah BMT NU cabang saronggi. Dan pada perhitungan koefisien detriminasi menunjukkan nilai R^2 adalah sebesar 0,060 yang artinya pengaruh variabel *personal selling* terhadap variabel keputusan anggota adalah sebesar 0,060 atau 6, % dan sisanya 94% dipengaruhi variabel lain seperti : kualitas jasa, kemudahan, kepercayaan dan citra perusahaan diluar penelitian ini.