

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya perubahan ekonomi sangat terasa terutama dilingkungan perbankan, industri perbankan semakin berkembang, sehingga sektor-sektor perbankan dituntut untuk memberikan berbagai macam peningkatan pelayanan kepada nasabah. “Perbankan berupaya untuk meningkatkan keterampilan teknologi dalam perencanaan bank, riset dan informasi pasar, program pemasaran bank yang terpadu, hubungan masyarakat dan lain sebagainya. Dipihak nasabah juga terjadi perubahan akan kebutuhan produk atau jasa bank yang diikuti oleh keinginan adanya peningkatan kualitas sistem layanan bank”.¹

Bank merupakan tempat untuk melakukan beraneka macam transaksi yang berkaitan dengan keuangan misalnya pembiayaan dan penghimpunan dana. Kemudian banyak berkembang bank syariah dan bank konvensional. Berdirinya bank syariah mengalami perkembangan yang sangat baik dalam tatanan perekonomian indonesia, akan tetapi lembaga keuangan seperti bank tidak semua masyarakat dapat menjangkaunya sehingga munculah lembaga keuangan pembiayaan lainnya. Salah satu bentuk lembaga keuangan tersebut adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²

¹Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*(Surabaya: Graha Ilmu, 2009), 29.

²Muhammad Sarifudin, *Pembiayaan Musyarakah Dalm Meningkatkan Pendapatan Nasabah DiBPRS*(Yogyakarta: Bintang Pusaka Madanni, 2021), 4-6.

Salah satu dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Indonesia adalah BPRS Bhakti Sumekar. BPRS Bhakti Sumekar ialah salah satu lembaga keuangan yang berkembang. Dalam perkembangannya BPRS Bhakti Sumekar sudah memiliki banyak kantor cabang salah satunya Kantor Cabang Pratama Bandaran yang bertempat di Pamekasan, yaitu di Jalan raya Bandaran. Desa Sumber Wangi Bandaran, Pamekasan.

Dengan munculnya banyak lembaga keuangan membuat persaingan semakin tinggi, dengan ini setiap lembaga akan berusaha memberikan yang terbaik. Dalam menghadapi persaingan dituntut untuk selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan nasabah, serta berusaha untuk memenuhi harapan nasabah, yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pesaing.³

Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketetapan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, kualitas layanan ialah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁴

Nasabah yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain dan secara tidak langsung akan mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk dan jasa tersebut.⁵ Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan adalah kemampuan

³Luluk Farhatin Istiana dan Rudy Haryanto, "Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Tabarak Pada BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan," *Journal of Sharia Management and Business* 1, no. 1 (April, 2021): 31.

⁴Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*(Surabaya: Unitomo Press, 2019), 61.

⁵Rizky Aprisya, Eva Fauziah dan Ratih Tresnati, "Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Nasabah Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung)," *Prosiding Penelitian Sivitas Akademika Unisba* (2015): 390.

perusahaan dalam memberikan pelayanan. Dengan begitu kualitas pelayanan bisa mempengaruhi keputusan nasabah. Hal-hal yang mempengaruhi keputusan nasabah harus benar-benar diperhatikan.

Kualitas pelayanan akan mendorong perusahaan mencapai target penjualan yang ditentukan. Memiliki kualitas pelayanan yang baik nasabah akan nyaman melakukan transaksi atau menggunakan produk.⁶ Kemampuan karyawan dalam meyakinkan nasabah, memberikan respons yang cepat terhadap kebutuhan nasabah, kesopanan, penampilan, dan berbagai aspek lainnya yang mendukung layanan yang diberikan karyawan bank memiliki peran penting dalam memengaruhi pengambilan keputusan nasabah.⁷

Disamping kualitas pelayanan, *personal selling* juga diperlukan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan. *Personal selling* termasuk bagian dari promosi. Salah satu yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk adalah promosi.⁸ Promosi termasuk cara yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu dari tujuan promosi yaitu menginformasikan/mengenalkan segala jenis produk yang ditawarkan serta berusaha menarik calon nasabah yang baru.⁹ Informasi yang dipaparkan dalam promosi biasanya meliputi keterangan produk seperti kegunaan, manfaat, kelebihan dan kekurangan produk. Selain memberikan informasi mengenai produk, informasi yang dipaparkan dalam promosi juga dibuat semenarik mungkin untuk memberikan pengaruh kepada konsumen yang bertujuan untuk

⁶Epinaldi Ginting, Ranto Nababan, Evan Sembiring dan Deni Faizal Mirza, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gadai Konvensional di PT.Pegadaian," *Jurnal Ilmiah Socio Secretum* 9, no.1 (Juni 2019): 94.

⁷Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), 86.

⁸Ibid., 167.

⁹Kasmir, *Pemasaran Bank*(Jakarta: Kencana, 2004), 155.

menarik perhatian konsumen dalam melakukan pembelian produk yang dipromosikan atau yang ditawarkan.¹⁰

Personal selling merupakan kegiatan promosi yang dilakukan dengan melakukan penjualan secara pribadi kepada pelanggan. Dengan *personal selling* pemasar dapat mengetahui ekspresi pelanggan langsung. Beberapa bank melakukan *personal selling* dengan melakukan penjualan langsung dari rumah kerumah, bahkan beberapa bank sengaja merekrut tenaga untuk di didik melakukan *personal selling*¹¹. *Personal selling* dapat digunakan sebagai salah satu unsur yang penting untuk mendukung kegiatan komunikasi pemasaran karena berbagai kelebihannya jika dibandingkan dengan bentuk pemasaran lainnya. Tidak semua produk dapat dipasarkan secara efektif untuk diperkenalkan kepada konsumen hanya dengan menggunakan iklan, *sales promotion* dan publisitas.¹²

BPRS Bhakti Sumekar mempunyai banyak produk salah satunya produk gadai. Kredit dana dalam jangka pendek sebagai modal kerja usaha atau untuk memenuhi kebutuhan lainnya dengan jaminan emas.¹³ Dengan menerapkan *personal selling* yang benar akan membentuk pemahaman calon nasabah terhadap produk yang ditawarkan yang kemudian calon nasabah akan menggunakan dan mencoba produk tersebut¹⁴. Dengan begitu *personal selling* memiliki peranan penting dalam mengambil keputusan.

¹⁰Putri Lestari & Muchammad Saifuddin, “ Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid 19,” *Jurnal Manajemen dan Inovasi* 3, no. 2 (2020): 23. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>.

¹¹Ibid., 141.

¹²Suherman Kusniadji, “Kontribusi Penggunaan *Personal Selling* Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini,” *Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 Desember, 2017): 176.

¹³<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/gadai-emas-ae-rahn/> , diakses pada tanggal 10 Oktober 2021 pukul 13.54 WIB.

¹⁴Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2019), 59.

Setiap perusahaan selalu berusaha mendorong konsumen dapat menentukan keputusan pembelian pada setiap produk yang ditawarkan. Sebuah keputusan berlaku yang namanya proses, itu artinya tidak setiap keputusan bisa terjadi dengan begitu saja tanpa sebab yang melatarbelakangi oleh suatu keadaan dan dasar tertentu. Dimana semua itu hanya konsumen yang mengetahui dan merasakan mengapa melakukan keputusan tersebut. Sehingga dalam hal ini seorang pemasar harus memahami dengan benar apa yang diinginkan konsumen dan yang terdapat dalam benak konsumen¹⁵

Alasan penulis dalam pemilihan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran sebagai objek penelitian adalah karena di Bandaran terdapat beberapa lembaga keuangan lainnya, salah satu lembaga keuangan yang ada yaitu BMT dan SPM. Namun BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran bisa mempertahankan nasabahnya. Dengan banyaknya lembaga keuangan ini tentu menjadi saingan yang cukup ketat untuk BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran. Dengan ini BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran harus memberikan yang terbaik untuk nasabah agar tetap bertahan dan memenangi persaingan. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Menurut Firdausiyah yang merupakan admin di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran, BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran memberikan pelayanan yang maksimal yaitu seperti memberikan pelayanan yang cepat, mendekatkan diri kepada nasabah karena akan membuat nasabah merasa nyaman, membangun kekeluargaan terhadap nasabah, dengan begitu nasabah

¹⁵Irham fahmi 57-61.

akan menggunakan produk gadai disini karena merasa dianggap seperti keluarga. Disitulah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran memaksimalkan pelayanan agar mendapatkan banyak nasabah

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan nasabah. Menurut Hawatih, saya menggunakan produk gadai emas disini karena bisa membantu saya jika saya membutuhkan dana mendesak karena pelayanan yang diberikan BPRS Bhakti Sumekar cabang bandaran cepat dan mudah, hanya dengan syarat ktp.

Selain kualitas pelayanan, *personal selling* yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Bandaran sudah tepat, ini dibuktikan dengan wawancara nasabah. Menurut Rusmiyati, pegawai BPRS Bhakti Sumekar Bandaran menawarkan produk gadai ini dengan penuh keyakinan sehingga saya tertarik dan memutuskan menggunakan produk gadai tersebut. Ditambah dengan pegawainya yang ramah- ramah.

Tidak tercapainya produk disebabkan penurunan keputusan pembelian. Keputusan pembelian bisa dikarenakann minimnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan dan kurang puasnya nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.¹⁶ Agar bisa berhasil menarik perhatian calon nasabah dalam melakukan pembelian, bank harus memberikan kualitas pelayanan yang berstandart dan menerapkan *personal selling* yang tepat.

Terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu. Menurut Jamaluddin dkk dalam penelitiannya pengaruh *personal selling* dan kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung pada PT. Bank Danamon Indonesia Tbk Cabang Katamso Medan menyatakan bahwa *personal selling* dan kualitas pelayanan berpengaruh

¹⁶Epinaldi Ginting dkk, 95.

secara signifikan terhadap keputusan. Sedangkan dalam penelitian Juwita Mariska Robot dalam penelitiannya analisis pengaruh *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, *publicity*, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian menyatakan variabel *personal selling* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan *personal selling* sangat penting dalam penentuan keputusan, maka peneliti tertarik untuk membahas lebih dalam dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai (*Rahn*) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan?
2. Apakah *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, diperoleh tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian asumsi sangat diperlukan oleh seorang peneliti sebagai pijakan terhadap suatu masalah yang akan di teliti. Asumsi penelitian adalah anggapan dasar yang dijadikan sebagai pijakan dalam berpikir atau bertindak dalam melaksanakan penelitian.¹⁷ Adapun asumsi yang peneliti ajukan dalam peneltian ini adalah variabel keputusan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan *personal selling*. Kemampuan kualitas pelayanan memenuhi kepuasan nasabah dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan mempengaruhi keputusan nasabah. *Personal selling* juga memiliki peranan penting yaitu bisaa berinteraksi secara langsung dengan calon nasabah dalam menawarkan produknya, sehingga bank akan mengetahui langsung keinginan dan

¹⁷Solimun, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitaif Perspektif Sistem (Mengungkapkan Novelty dan Memenuhi Validitas Penelitian)* (Malang: UB Press, 2020), 29.

respon nasabah yang kemudian membentuk pemahaman terhadap produk yang ditawarkan yang akan membuat calon nasabah akan mencoba dan membelinya

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁸ Berikut hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H1: ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan
2. H2: ada pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan
3. H3: kualitas pelayanan dan *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian semestinya memberikan kegunaan baik secara teoritis dan praktis. Dalam penelitian ini, kegunaan penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti. Terutama mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan *personal selling* terhadap keputusan nasabah.

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

b. Bagi Akademisi

Bagi perguruan tinggi, dapat dijadikan bahan bacaan dalam menambah wawasan sekaligus untuk refrensi tambahan perpustakaan khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Madura.

2. Kegunaan Seacara Praktis

a. Bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pratama Bandaran.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran untuk dapat mengetahui kualitas pelayanan dan *personal selling* yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai kualitas pelayanan dan *personal selling* yang terdapat pada produk gadai BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Ruang lingkup dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y) yaitu: kualitas pelayanan (X_1), *personal selling* (X_2) dan keputusan nasabah (Y).

a. **Kualitas Pelayanan**

Untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan indikator sebagai berikut:¹⁹

- 1) Kepatuhan (*compliance*)

¹⁹Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), 208.

- 2) Jaminan (*assurance*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Berwujud (*tangibles*)
- 5) Empati (*emphaty*)
- 6) Ketanggapan (*responsiveness*)

b. *Personal Selling*

Untuk variabel *personal selling* (X2) dengan indikator sebagai berikut:²⁰

- 1) Persiapan yang matang
- 2) Menentukan tempat pembeli
- 3) Merealisasikan penjualan
- 4) Menimbulkan *goodwill* setelah penjualan terjadi

c. Keputusan Nasabah

Untuk variabel keputusan nasabah (Y) dengan indikator sebagai berikut:²¹

- 1) Mengenali kebutuhan
- 2) Mencari informasi
- 3) Mengevaluasi alternatif
- 4) Mengambil keputusan
- 5) Evaluasi pasca pembelian

²⁰Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Bandung: Alfabeta. 2011), 186.

²¹Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 15-17.

2. Ruang Lingkup Lokasi

Adapun lokasi penelitian dilakukan di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan yang berlokasi di Jl. Raya Bandaran. Desa Sumber Wangi Bandaran, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Berdasarkan judul penelitian “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai (Rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan*” dibutuhkan definisi istilah agar tidak terjadi kesalahan dalam mendefinisikan judul penelitian yang akan dilakukan. Adapun makna dari istilah tersebut, sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan bisa diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan.
2. *Personal selling* adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan melakukan penjualan secara pribadi kepada pelanggan. *Personal selling* merupakan komunikasi langsung antara penjual dengan calon pelanggan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan.
3. Keputusan nasabah adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen secara sadar dan atas keinginannya sendiri dalam mencari informasi mengenai produk yang sesuai serta memutuskan produk mana yang akan dibeli.
4. Gadai dalam Islam disebut rahn, yaitu perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang. Gadai merupakan akad utang piutang dengan

menjadikan barang yang memiliki nilai menurut shara sebagai jaminan pinjaman.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan hasil penelitian terdahulu, yang dapat berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang dibangun dan sebagai pembeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Fungsi kajian terdahulu yaitu menentukan posisi penelitian (persamaan dan perbedaan) dengan penelitian terdahulu.²²

1. Robiatul Adawiyah (2020) melakukan penelitian berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Gadai di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran*” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran dengan sampel 140 responden, pengambialn sampel menggunakan rumus *Lameshow*. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kusioner (angket). Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pemiihan produk gadai di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran, hal ini dapat dilihat dari peroleh hasil uji signifikan secara parsial kualitas pelayanan diperoleh $t_{hitung} 4,964 > t_{tabel} 1,977$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$.²³

²²*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 20.

²³Robiatul Adawiyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Gadai di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran”, (Skripsi, IAIN Madura, 2020)

2. Edison Hutapea (2017) melakukan penelitian berjudul “*Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Rahn Pada PT.Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok*” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis uji regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioer/angket dengan sampel 82 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *simple random sampling*. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa terdapat pengaruh antara *personal selling* (X) terhadap keputusan nasabah (Y) memilih pembiayaan rahn, hal ini dapat dilihat dari perolehan uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai R square sebesar 0,751 artinya 75,1% keputusan nasabah dipengaruhi *personal selling*. Hasil penelitian secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa secara parsial *personal selling* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($15,541 > 1,664$).²⁴
3. Jamaluddin, dkk (2019) melakukan penelitian berjudul “*Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk Cabang Katamsa Medan*” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis linier berganda. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT.Bank Danamon Cabang Katamsa Medan yang berjumlah 692 nasabah yang dipilih secara acak, sedangkan penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Hasil dari penelitian ini, yaitu

²⁴Edison Hutapea, “*Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Rahn Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok*”, (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2017)

bahwa *personal selling* (X1) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y), hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.613 > 2.255435$). Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y), hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.953 > 2.255435$).²⁵

4. Juwita Mariska Robot (2015) melakukan penelitian berjudul “*Analisis Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*” dengan menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Sampel yang digunakan 100 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa *Personal Selling* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 0,717 lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1,660, dengan tingkat signifikan $0,475 > 0,05$.²⁶

Tabel. 1.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun/Judul Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1.	Robiatul Adawiyah (2020) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan	- Variabel X2 yang berbeda, yaitu	- Metode penelitian yang

²⁵Jamaluddin, William, Vennolia dan Iin Kerisai Bangun, “Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk Katamso Medan,” *Jurnal Manajemen Research* 2, no. 2 (Oktober 2019): 98.

²⁶Juwita Mariska Robot, “Analisis Pengaruh *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 3, no. 3 (2015): 254-264.

	Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pemilihsn Produk Gadai di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Bandaran.	keunggulan produk.	digunakan metode kuantitatif. - Variabel kualitas pelayanan dan keputusan. - Lokasi penelitian. - Produk, yaitu gadai
2.	Edison Hutapea (2017) berjudul Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Rahn Pada PT.Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok	- Hanya menggunakan satu variabel X - Lokasi penelitian pada PT.Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok	- Metode penelitian yang digunakan metode kuantitatif. - Variabel <i>personal selling</i> dan keputusan nasabah
3.	Jamaluddin, dkk (2019)	- Lokasi	- Metode

	berjudul Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk Cabang Katamso Medan	penelitian, yaitu pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk Cabang Katamso Medan.	penelitian yang digunakan metode kuantitatif. - Variabel kualitas pelayanan, personal selling, dan keputusan.
4.	Juwita Mariska Robot (2015) berjudul Analisis Pengaruh <i>Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity, dan Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	- Lokasi Penelitian Pada PT.Pegadaian Cabang Manado Selatan	- Variabel personal selling dan keputusan - Menggunakan regresi berganda.

Berdasarkan uraian dan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa daari keempat peneliti terdahulu terdapat tema yang berkaitan yang artinya ruang lingkup penelitiannya hampir sama. Keempat penelitian terdahulu memiliki persamaan, perbedaan dan hasil yang berbeda-beda. Penelitian terdahulu tersebut bisa dijadikan refrensi dan pembanding untuk penulis.