

ABSTRAK

Aftina Shabara Aziza, 2022, *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Fatati Nuryana, M.Si.

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

Dunia perbankan mengalami perkembangan yang begitu pesat khususnya lembaga keuangan syariah. Dengan semakin ketatnya tingkat persaingan antar lembaga keuangan syariah, maka lembaga keuangan syariah seperti halnya BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan harus bisa menyiapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan adalah dengan memperhatikan kualitas produk dan *Personal Selling*. Dengan adanya kualitas produk dan *Personal Selling* yang baik seharusnya dapat menarik minat nasabah untuk menabung. Maka dari itu tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *Personal Selling* terhadap minat menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka serta data yang diperoleh disusun, dikelompokkan, dianalisis dan diinterpretasikan hasil perhitungannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan sebanyak 6236 nasabah. Sedangkan untuk penentuan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 99 nasabah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *Accidental sampling*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan, dengan nilai $t_{hitung} 8,837 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. 2) Variabel *Personal Selling* (X2) berpengaruh terhadap terhadap minat menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan, dengan nilai $t_{hitung} 6,982 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Dan 3) Secara simultan kualitas produk dan *Personal Selling* berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan, dengan nilai $F_{hitung} 96,778 > t_{tabel} 3.09$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,662 atau 66,2%. Hal ini berarti sebesar 66,2% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 66,2% minat menabung nasabah dijelaskan oleh variasi variabel independen kualitas produk dan *Personal Selling*.