

ABSTRAK

Moh Ardi, 2023, *Pengaruh Periklanan Personal Selling Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk SISUKA (Simpanan Suka Rela) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Lukmanul Hakim, M.E.I

Kata Kunci : Periklanan, *Personal Selling*, Keputusan Anggota

KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing dari segi teknologi maupun kedekatan kepada masyarakat. Adapun produk yang banyak peminatnya salah satunya produk SISUKA (Simpanan Suka Rela), Simpanan Suka Rela merupakan simpanan untuk kebutuhan umum yang bisa ditarik kapan saja dan untuk apa saja dengan akad wadiah. Dibalik suksesnya KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong dalam mempengaruhi anggota/nasabah, tentunya terdapat peran pentingnya periklanan dan *personal selling* dalam pengambilan keputusan untuk memilih produk Simpanan Suka Rela. Maka dari itu tujuan penelitian ini untuk menganalisis apakah Periklanan dan *Personal Selling* berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih produk SISUKA (Simpanan Suka Rela) baik secara parsial dan simultan di KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota pada produk SISUKA (Simpanan Suka Rela) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong sebanyak 1.336 anggota. Sedangkan untuk penentuan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 94 anggota. 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 variabel periklanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk SISUKA (Simpanan Suka Rela) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong, dengan nilai $t_{hitung} 5,409 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai $sig 0,000 < 0,05$. Variabel *personal selling* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk SISUKA (Simpanan Suka Rela) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong, dengan nilai $t_{hitung} 5,325 > 1,987$ dan nilai $sig 0,000 < 0,05$. Secara simultan periklanan dan *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk SISUKA (Simpanan Suka Rela) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Pakong, dengan nilai $F_{hitung} 47,217 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai $sig 0,000 < 0,05$. Besarnya *RSquare* adalah sebesar 0,509 atau 51% yang berarti bahwa variabel independen (Periklanan dan *Personal Selling*) mampu menjelaskan variabel Dependen yaitu Keputusan Anggota sebesar 51%.