

## ABSTRAK

Devi Solihati Aziz, 2023, *Pengaruh Personal Selling dan Periklanan Terhadap Keputusan Menabung Produk Tabungan Syariah Pada Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Madura, Pembimbing Khotibul Umam., M.E.I.

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

Perkembangan perekonomian Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, sehingga meningkatkan pula pertumbuhan tabungan masyarakat dalam menyimpan dananya di Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan. Untuk mendapatkan calon nasabah tabungan tersebut, maka harus dilakukan bauran pemasaran terlebih dahulu dengan menggunakan cara yang baik seperti *personal selling* dan periklanan. *Personal selling* merupakan interaksi secara langsung antara penjual dan calon pembeli, sedangkan periklanan merupakan penggunaan media massa untuk menyampaikan pesan promosi kepada khalayak yang lebih luas. Oleh karena itu, strategi *personal selling* dan periklanan menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan menabung calon nasabah.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada tiga permasalahan yang menjadi pokok dalam penelitian ini, yaitu : *pertama* apakah *personal selling* dan periklanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung produk tabungan syariah pada Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan, *kedua* apakah *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan menabung produk tabungan syariah pada Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan dan *ketiga* apakah periklanan berpengaruh terhadap keputusan menabung produk tabungan syariah pada Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer diperoleh dari nasabah Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, skripsi dan buku yang berkaitan dengan tema serta mendukung dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.908 nasabah tabungan syariah di Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik slovin, sehingga diperoleh sebanyak 330 nasabah tabungan syariah di Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* dan periklanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung produk tabungan syariah di Koperasi Syariah BMT NU Mandiri Pamekasan. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi yang diperoleh sebesar 3,02 dan menghasilkan  $F_{hitung}$  sebesar 7,633 dengan nilai sig. sebesar 0,001 (sig. < 0,05). Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial *personal selling* dan periklanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan menabung produk tabungan syariah dengan nilai  $t_{hitung}$  variabel *personal selling* sebesar 2,971 dan menghasilkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,649 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan nilai sig. sebesar 0,003 (sig. < 0,05), sementara nilai  $t_{hitung}$

variabel periklanan diperoleh sebesar 2,641 dan menghasilkan  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,649 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ) dengan nilai sig. sebesar 0,009 (sig. < 0,05).