

## ABSTRAK

**Uswatun Hasanah**, 2024, *Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Rubaru*, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Ira Hasti Priyadi, S.Pd., MA.

**Kata Kunci:** *Personal Selling, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah.*

Bank BPRS Bhakti Sumekar saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing dari segi teknologi ataupun kedekatan kepada masyarakat. Adapun Produk unggulan yang banyak peminatnya salah satunya tabungan barokah, tabungan barokah merupakan suatu produk tabungan yang paling sering digunakan dan merupakan tabungan utama yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Dibalik semua itu tentunya ada peran penting dari *personal selling* dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi nasabah.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Rubaru yang berjumlah 3.487 nasabah. Sedangkan untuk penentuan sampel penelitian menggunakan rumus *slovin* sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 98 nasabah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *Accidental sampling*, sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $42,733 > F_{tabel}$  3,09 dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  yang berarti ada pengaruh signifikan secara bersama-sama antara *personal selling* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan barokah di BPRS Bhkati Sumekar Kantor Cabang Pratama Rubaru. Sedangkan untuk hasil uji parsial variabel *personal selling* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (X1) sebesar  $2,442 > t_{tabel}$  1,290 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , yang berarti variabel *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan barokah. Untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (X2) sebesar  $5,280 > t_{tabel}$  1,290 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Rubaru.