

ABSTRAK

Feby Hawa Salsabila. 1720510069. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Periklanan, dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus, (2) pengaruh periklanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus, (3) pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus, dan (4) pengaruh kualitas pelayanan, periklanan dan *personal selling* terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian *survey*, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 33 anggota KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus sebagai responden, serta pengambilan sampel menggunakan *Random Sampling* (sampel acak). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan kuesioner (angket). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis yaitu Uji T dan Uji F serta menggunakan Koefisien Determinasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program *software (Statistic Package for the Social Science)* SPSS versi 20.

Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan (1) hasil uji t diperoleh $t_{hitung} 2,725 > t_{tabel} 1,696$ dan memiliki nilai signifikansi 0,011 yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus, (2) hasil uji t diperoleh $t_{hitung} 0,054 < t_{tabel} 1,696$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,957 yang berarti periklanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus, dan (3) hasil uji t diperoleh $t_{hitung} 4,443 > t_{tabel} 1,696$ dan memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus. Sedangkan secara simultan menunjukkan hasil uji f diperoleh $f_{hitung} 35,103 > f_{tabel} 2,93$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kualitas pelayanan, periklanan dan *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Harapan Ummat Mandiri Kudus.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Periklanan, Personal Selling, Keputusan Nasabah Menabung*