

ABSTRAK

Nurul Hikmah (1420210190). Pengaruh *Personal Selling* dan *Public Relation* Terhadap Minat Menabung di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Mayong. Skripsi, Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Kudus, 2018.

Tujuan penelitian ini adalah: *Pertama*, untuk menguji apakah ada pengaruh *personal selling* terhadap minat menabung. *Kedua*, untuk menguji apakah ada pengaruh *public relation* terhadap minat menabung.

Metode penelitian yang digunakan adalah: *pertama*, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), sumber data penelitiannya adalah data primer dan data sekunder, teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *Insidental Sampling* dengan 96 responden. Teknik pengumpulan data dengan angket atau kuesioner, dan pengujian hipotesis menggunakan metode analisis *regresi linier berganda*. *Kedua*, objek penelitiannya adalah nasabah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Mayong.

Berdasarkan uji statistik t untuk variabel *personal selling* (X1) memperoleh hasil $t_{hitung} (2,666) > t_{tabel} (1,98580)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan taraf signifikansi 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa *personal selling* berpengaruh terhadap minat menabung. Hasil uji statistik t untuk variabel *public relation* memperoleh hasil $t_{hitung} (4,698) > t_{tabel} (1,98580)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan taraf signifikansi 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa *public relation* berpengaruh terhadap minat menabung.

Kata kunci: *Personal Selling, Public Relation, Minat Menabung*