

ABSTRAK

Akhmad Turoikhan Al Ajhuri. NIM: 1320220004. Pengaruh *Personal Selling*, Promosi dan *Digital marketing* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus. Skripsi Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Syariah. IAIN Kudus. 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *personal selling* terhadap keputusan penggunaan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus. Untuk menguji secara empiris pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus. Untuk menguji secara empiris pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan penggunaan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Kuesioner disebarakan kepada 84 responden. Metode pengumpulan data dengan penyebaran angket. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi analisis deskriptif, analisis regresi berganda, uji t parsial, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,015 > 1,99006$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus, berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,422 > 1,99006$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$). *Digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus, berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,190 > 1,99006$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). *Personal selling*, promosi dan *digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus. Berdasarkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,083 > 2,71$) hal ini disebabkan karena apabila kepuasan penggunaan jasa terpenuhi maka bisa berdampak baik pada perusahaan.

Kata Kunci : *Personal Selling*, *Promosi*, *Digital Marketing*, *Keputusan Penggunaan Jasa*.