

ABSTRAK

Novi Dwi Lutviah (1620210208) Skripsi dengan judul **Pengaruh Bauran Promosi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus.**

Program Strata satu (S.1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kudus 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menguji apakah periklanan islami berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus, (2) menguji apakah promosi penjualan islami berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus, (3) menguji apakah personal selling islami berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus, (4) menguji apakah periklanan islami, promosi penjualan islami, dan personal selling islami berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah *field research*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuisioner secara langsung pada nasabah KSPPS PETA Cabang Kudus. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 959 nasabah yang melakukan pembiayaan. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling* dan sampel penelitian dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat *error (e)* 10% yang hasilnya sebanyak 91 responden.

Dari hasil penelitian telah yang telah dilakukan, maka ditemukan bahwa *pertama*, terdapat pengaruh periklanan islami terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus. Hal ini terlihat dari nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel dan nilai *p value* (Sig.) 0.000 yang berada di bawah 0.05 (tingkat signifikan), *kedua* terdapat pengaruh promosi penjualan islami terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus. Hal ini terlihat dari nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel dan nilai *p value* (Sig.) 0.021 yang berada di bawah 0.05, *ketiga*, terdapat pengaruh personal selling islami terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus. Hal ini terlihat dari nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel dan nilai *p value* (Sig.) 0.032 yang berada di bawah 0.05, *keempat*, terdapat pengaruh periklanan islami, promosi penjualan islami, dan personal selling islami secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan di KSPPS PETA Cabang Kudus. Hal ini terlihat dari nilai *F* hitung 10.179 dengan nilai *F* tabel 2.71 dan nilai *p value* (sig) 0,001 yang berada dibawah 0.05, ini berarti *F* hitung lebih besar dari *F* tabel .

Kata kunci: Periklanan Islami, Promosi Penjualan Islami, Personal Selling Islami, dan Keputusan Nasabah.