

ABSTRAK

Aris Munandar (1420210152), Pengaruh *personal selling*, kepercayaan, dan citra perusahaan terhadap minat menabung (Studi Kasus BMT As-Salam Demak).

BMT As-salam Demak merupakan salah satu lembaga keuangan syariah di bidang jasa, lembaga keuangan ini dapat berkembang di tengah persaingan yang ketat dengan mengoptimalkan *personal selling*, kepercayaan, Dan membangun citra positif perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah: *Pertama*, untuk menganalisis pengaruh *personal selling* terhadap minat menabung di BMT As-Salam Demak. *Kedua*, untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung di BMT As-Salam Demak. *Ketiga*, untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap minat menabung di BMT As-Salam Demak.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian di lapangan dengan pendekatan penelitian kuantitatif yang datanya berwujud bilangan yang nantinya di analisis dengan menggunakan statistik. teknik pengumpulan datanya dengan dokumentasi, dan angket.

Hasil penelitian ini menunjukkan: *Pertama*, *personal selling* (X1) t hitung 3,264 > t tabel 1,661. sig. 0,002. Kepercayaan (X2) t hitung 2,938 > t tabel 1,661 sig. 0,004. Citra perusahaan (X3) t hitung 7,677 > t tabel 1,661. nilai sig. 0.000 Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Personal selling*, kepercayaan, dan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Kata kunci : *personal selling*, kepercayaan, citra perusahaan, minat menabung