

ABSTRAK

Muhammad Irfan Fadhila (1720210184). Pengaruh *Personal Selling*, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Anggota Di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh minat menabung anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus ditinjau dari segi *Personal Selling*, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan. Penelitian ini dilakukan pada Anggota BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.

Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan metode analisis kuantitatif yang dilakukan di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus. Populasi yang digunakan sebanyak 750 orang dan sampel sebanyak 88 orang responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: 1) variabel *personal selling* (X1) terhadap minat menabung anggota (Y) menunjukkan nilai t_{hitung} 4,720 lebih besar dari t_{tabel} 1,988 ($4,720 > 1,988$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 berarti *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yang berarti *personal selling* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus. 2) variabel kepercayaan (X2) terhadap minat menabung anggota (Y) menunjukkan nilai t_{hitung} 2,038 lebih besar dari t_{tabel} 1,988 ($2,038 > 1,988$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_2 berarti kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yang berarti kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus. Dan 3) variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap minat menabung anggota (Y) menunjukkan nilai t_{hitung} 3,397 lebih besar dari t_{tabel} 1,988 ($3,397 > 1,988$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_3 berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yang berarti kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung anggota di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.

Kata Kunci : *Personal Selling*, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung Anggota