

ABSTRAK

Personal selling adalah kunci untuk mencapai kepuasan nasabah. PT BPRS Jabal Nur Surabaya dituntut untuk memenuhi kepuasan nasabah dengan dimensi-dimensi *personal selling* yang terdiri dari (pendekatan, presentasi, mengatasi keberatan, menutup penjualan) karena perkembangan dan persaingan bank syariah yang mulai bermunculan akan berdampak bagaimana kenyamanan dan kepuasan nasabah sehingga PT BPRS Jabal Nur dituntut bias mempertahankan dan memperbanyak nasabahnya dalam artian nasabah yang sudah ada menjadi loyal dalam menyikapi kondisi tersebut. Maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “pengaruh penjualan perseorangan (*personal selling*) terhadap kepuasan nasabah di BPRS Jabal Nur Surabaya”.

Untuk menjawab permasalahan di atas, peneliti menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh penjualan perseorangan (*personal selling*). Untuk mengetahui hal tersebut, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan uji f dan uji t. jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 nasabah dan teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dan wawancara. Sedangkan untuk pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara simultan (uji F) didapatkan F_{hitung} sebesar 3,481 dengan F_{tabel} sebesar 1,923. Maka dapat dikatakan dimensi *personal selling* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian koefisien regresi parsial (uji T) hitung (X_1 2,343, X_2 2,706, X_3 2,61, X_4 2,221) hal ini menunjukkan bahwa variabel pendekatan, presentasi, mengatasi keberatan dan penutupan penjualan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Maka sebaiknya PT BPRS Jabal Nur khususnya karyawan bagian *marketing* mempertahankan serta meningkatkan variabel-variabel yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

KATA PENGANTAR