

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Personal Selling* secara Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Anggota BMT Harapan Ummat Sidoarjo”** ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah *personal selling* secara Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap minat menabung anggota BMT Harapan Ummat Sidoarjo.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengelolaan data menggunakan *SPSS 20.0*. Selain itu, data juga dianalisis dengan melakukan pengujian validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta hipotesis baik menggunakan uji F (simultan) maupun uji t (parsial). Penelitian ini berusaha memecahkan masalah berdasarkan data-data yang ada yang didukung dengan penyebaran kuesioner kepada 175 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk menggali informasi secara mendalam terkait permasalahan yang peneliti angkat.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *personal selling* secara Islam dan kualitas pelayanan terbukti secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung anggota BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Hal ini dapat dibuktikan dari perolehan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $16,153 > 3,05$. Dari kedua variabel di atas yaitu variabel *personal selling* secara Islam dan kualitas pelayanan terbukti secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung anggota BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t untuk variabel *personal selling* secara Islam diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai $2,121 > 1,973$. Sedangkan hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $5,673 > 1,973$. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh yaitu sebesar 15,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji secara simultan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan hasil uji parsial dapat disimpulkan bahwa *personal selling* secara Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung anggota BMT Harapan Ummat Sidoarjo.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi minat menabung anggota BMT Harapan Ummat Sidoarjo, menemukan referensi yang dapat menguatkan teori dan indikator terkait dengan variabel *personal selling* secara Islam, serta pemilihan responden yang lebih tepat terkait dengan penggunaan variabel minat.