

Nasabah dalam Menabung Pada PT BPR Semarang Margatama Gunadana”. Sampel yang diambil sebanyak 75 nasabah yang menabung di BPR Semarang Margatama Gunadana. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan periklanan, sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah untuk menabung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik. Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah adalah signifikan positif. Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengaruh antara periklanan terhadap keputusan nasabah adalah signifikan positif. Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan periklanan terhadap keputusan nasabah secara bersama-sama adalah signifikan.³⁸

3. Penelitian yang dilakukan oleh Zuliatin pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh *Personal selling*, *Direct Selling* dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar”, sampel yang diteliti sebanyak 88 orang nasabah menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling incidental*. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *personal selling*, *direct*

³⁸ Sudartik, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung Pada PT BPR Semarang Margatama Gunadana” (Skripsi—Universitas Negeri Semarang, 2009).

selling dan hubungan masyarakat, sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis validitas dan reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas & uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi (r^2), uji hipotesis (uji f (f-test), uji t (t-test)). Hasil hitung menggunakan uji T diketahui variabel *personal selling* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, variabel *direct selling* mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar, begitu juga dengan variabel hubungan masyarakat mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar.³⁹

4. Penelitian yang dilakukan oleh Noor Fuad pada tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel”. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang grosir yang menjadi konsumen toko Amin Jaya kabupaten Jepara. Sampel diambil sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling*. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra toko, sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei

³⁹ Zuliatin, “Pengaruh *Personal selling*, *Direct Selling* dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar”, Jurnal An-Nisbah, No. 01, Vol. 03 (Oktober 2016).

melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi, serta hipotesis melalui uji f dan uji t. Dari hasil analisis menggunakan regresi linier dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko Amin Jaya. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui kualitas pelayanan dan citra toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi diketahui bahwa 40,5% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra toko. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain. Dari hasil analisis menggunakan regresi linier dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko Amin Jaya.⁴⁰

5. Penelitian yang dilakukan oleh Hisyam Ali pada tahun 2014 dengan judul “Pengaruh *Sales Promotion* dan *Personal Selling* secara Islam terhadap Minat Menjadi Anggota KJKS *Baitul Tamwil* Muhammadiyah Kecamatan Bandar”. Populasi penelitian ini adalah anggota KJKS Baitul Tamwil Muhammadiyah kecamatan Bandar. Pengambilan sampel adalah *simple random sampling* sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus

⁴⁰ Noor Fuad, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel” (Skripsi—Universitas Diponegoro Semarang, 2013).

Lanjutan Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus BMT Amal Mulia)		
2	Sudartik. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung Pada PT BPR Semarang Margatama Gunadana	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan variabel kualitas pelayanan b. Tehnik pengumpulan data dengan kuosioner 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan variabel periklanan b. Menggunakan variabel terikat yang berbeda yaitu keputusan nasabah c. Menggunakan objek yang berbeda d. Tehnik pengumpulan data dengan observasi
3	Zuliatin. 2016. Pengaruh <i>Personal selling, Direct Selling</i> dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan variabel <i>personal selling</i> b. Menggunakan objek yang sama yaitu BMT c. Tehnik pengumpulan data melalui kuosioner 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan variabel <i>Personal selling, Direct Selling</i> dan Hubungan Masyarakat b. Menggunakan variabel terikat yang berbeda yaitu kepuasan nasabah
4	Noor Fuad. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan variabel kualitas pelayanan b. Tehnik pengumpulan data dengan kuosioner 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan variabel kualitas produk b. Menggunakan variabel citra toko c. Menggunakan variabel terikat yang berbeda yaitu kepuasan konsumen d. Menggunakan objek yang berbeda Tehnik pengumpulan data dengan observasi

Lanjutan Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Hisyam Ali. 2014. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> dan <i>Personal Selling</i> Secara Islam Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah <i>Baitut Tamwil Muhammadiyah</i> Bandar	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan variabel <i>personal Selling</i> secara Islam b. Variabel terikat sama yaitu minat c. Metode pengumpulan data kuantitatif c. Menggunakan objek yang sama yaitu BMT d. Tehnik pengumpulan data dengan kuosioner, dokumentasi 	Terdapat variabel bebas <i>sales promotion</i> secara Islam

C. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, aspek-aspek yang akan diukur dari penggunaan jasa di BMT Harapan Ummat Sidoarjo ini meliputi: *personal selling* secara Islam, kualitas pelayanan, dan minat menabung anggota.

Personal selling secara Islam disini adalah kegiatan promosi yang dilakukan secara tatap muka deng etika-etika yang tidak bertentangan dengan syariat Islam. Indikator dari *personal selling* secara Islam dalam penelitian ini ada 3 yaitu: berpromosi dengan simpatik , menghindari janji atau sumpah palsu, dan membangun kepercayaan.

