

ABSTRAK

PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP MINAT NASABAH PADA TABUNGAN *EASY WADIAH* MELALUI KEGIATAN GREBEG PASAR DI PT BANK SYARIAH INDONESIA KCP TASIKMALAYA HZ MUSTOFA

Oleh:

Vina Amellia
233404170

Pembimbing I : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M., CIFM., CIABV.

Pembimbing II : Deny Hidayat, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian verifikatif menggunakan teknik purposive sampling, di mana responden dalam penelitian ini berjumlah 86 nasabah dan calon nasabah produk Tabungan *Easy Wadiah*. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,449 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,411 menunjukkan bahwa 41,1% variasi minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *Personal Selling*. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa indikator kemampuan komunikasi dan penjelasan produk memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan indikator tindak lanjut kepada calon nasabah masih perlu ditingkatkan agar minat nasabah lebih optimal. Temuan ini menegaskan bahwa kegiatan *Personal Selling* melalui grebeg pasar berperan penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk Tabungan *Easy Wadiah*, sehingga kualitas tindak lanjut pelayanan dan strategi komunikasi perlu terus ditingkatkan oleh Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Minat Nasabah, Tabungan *Easy Wadiah*, Grebeg Pasar