

ABSTRAK

PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PEMBELIAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA WARUNG MIKRO (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh personal selling terhadap pembelian murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan pengumpulan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan murabahah warung mikro Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan, sedangkan sampelnya adalah nasabah pembiayaan murabahah warung mikro sebesar 60 responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variabel prospecting, pre approach, approach, presentation and demonstration, handling objection, closing dan follow up and maintenance berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan. Faktor yang lebih dominan dalam mendorong terhadap pembelian murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan adalah approach, hal ini dibuktikan dengan nilai beta sebesar 0,202. Nilai beta dari Closing lebih tinggi dibandingkan yang lainnya, hal ini dapat diketahui dari nilai beta closing sebesar 0,187, prospecting sebesar 0,119, pre approach sebesar 0,124, presentation and demonstration sebesar 0,146, handling objection sebesar 0,149, dan follow up and maintenance sebesar 0,162. Sehingga dapat disimpulkan bahwa prospecting, pre approach, approach, presentation and demonstration, handling objection, closing, dan follow up and maintenance dapat mendorong pembelian murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan,

Kata kunci: Pembelian Murabahah Warung Mikro, Prospecting, Pre Approach, Approach, Presentation and Demonstration, Handling Objection, Closing, Follow Up and Maintenance.