

**PERAN *TRUST* MEMEDIASI *PERSONAL SELLING* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN MENABUNG
DI BPR SYARIAH
(Studi pada BPRS Baiturridha Pusaka Bandung)**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Gelar Magister
PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN**



Diajukan Oleh:

KIFTIAH HINDUN

NPM. 24061020031

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

**PERAN TRUST MEMEDIASI PERSONAL SELLING DAN
CUSTOMER EXPERIENCE DALAM MENINGKATKAN
KEPUTUSAN MENABUNG DI BPR SYARIAH
(STUDI PADA BPRS BAITURRIDHA PUSAKA BANDUNG)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

KIFTIAH HINDUN
NPM. 24061020031

Telah dipertahankan di depan Penguji
pada tanggal 22 Agustus 2025 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing I


Dr. Muhadjir Anwar, SE, MM, CRP
NIP.196509071991031001

Anggota Dewan Penguji


Prof. Dr. Yunliningsih, SE, MSi, CFRM
NIP.197006202021212001

Pembimbing II


Dr. Sugeng Purwanto, SE, MM, CDMP
NIP.196801081989031001


Dr. Dra. Ika Korika Swasti, M.Pd, CHRM
NIP.196409201989032001

Surabaya, 22 Agustus 2025
UPN "Veteran" Jawa Timur
Program Magister Manajemen
Dekan


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, MSi, CRP
NIP.196304201991032001

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kiftiah Hindun
NPM : 24061020031
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tesis / Disertasi tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/Lembaga lain, kecuali yang secara tertulis di sitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari indikasi plagiat pada Tesis / Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Agustus 2025


Kiftiah Hindun

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahman dan rahim-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang diajukan dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai gelar magister program studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur dengan judul: **“Peran *Trust* Memediasi *Personal Selling* dan *Customer Experience* terhadap Keputusan Menabung di BPR Syariah (Studi pada BPRS Baiturridha Pusaka-Bandung)”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat serta para ummatnya.

Dalam penyusunan tesis ini, tidak lepas dari dukungan, arahan dan bimbingan orang-orang terdekat dan banyak pihak, sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Bersama ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Prof. Dr. Yuniningsih, S.E., M.Si.,CFRM., selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, S.E, MM., CRP., selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam penyelesaian tesis ini.
5. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., MM., selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam penyelesaian tesis ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Ibu Popi Sophia, S.E., MM., Direktur Utama PT. BPR Syariah Baiturridha Pusaka yang telah memberikan izin dan dukungan kepada penulis untuk menjalankan studi pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
9. Mamah, Ayah (alm), Mamah & Papah Mertua, Suami tercinta dan dua orang buah hati kesayanganku, serta seluruh Keluarga atas segala dukungan dan doa-doa hebatnya yang telah memberikan semangat lebih bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
10. Bapak Cahyo Kartiko, Ibu Dwi Emi Subekti, Bapak Abdillah Jetha Putra, Ibu Citra Anggita Wardanti, Bapak Muhammad Bachtiar, Manda Marlina Musriarti dan seluruh Rekan-rekan Magister Manajemen program RPL Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendukung dan memotivasi penulis dalam penyelesaian studi ini.

Tesis ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Namun demikian, penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian di bidang pemasaran produk tabungan perbankan syariah, serta menjadi pertimbangan bagi industri BPR Syariah dalam mengembangkan pemasaran produk tabungan syariah.

Surabaya, 20 Agustus 2025

Kiftiah Hindun

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Review Penelitian Sebelumnya.....	13
2.2 Teori Utama (<i>Grand Theory</i>)	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	50
2.4 Kerangka Konseptual	61
2.5 Hipotesis Penelitian.....	62
BAB III	63
METODOLOGI PENELITIAN	63
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	63
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	64
3.3 Populasi dan Sampel	67

3.4	Teknik Analisis	68
BAB IV		73
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	73
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	80
4.3	Hasil Penelitian – Pengujian Hipotesis	83
4.4	Pembahasan.....	112
4.4	Implikasi Penelitian.....	125
4.5	Keterbatasan Penelitian	127
BAB V.....		129
KESIMPULAN DAN SARAN		129
5.1	Kesimpulan	129
5.2	Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....		132
LAMPIRAN.....		139

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1.1 Komposisi DPK Industri BPRS Nasional & BPRS Baiturridha Pusaka	3
4.1 Demografi Responden.....	75
4.2 Domisili Responden.....	77
4.3 Pekerjaan dan Pendidikan Responden	78
4.4 Pendapatan Responden.....	79
4.5 Statistika Deskriptif Variabel Penelitian	81
4.6 Hasil <i>Outer Loading (Loading Factor)</i> Tiap Indikator	89
4.7 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	92
4.8 Hasil <i>Cross Loading Uji Discriminant Validity</i>	95
4.9 Nilai <i>Latent Variable Correlation</i> , AVE dan Akar Kuadrat AVE.....	97
4.10 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	1100
4.11 Nilai <i>Composite Reliability</i>	102
4.12 Nilai <i>R-Square</i> dan Adjusted R-Square	105
4.13 Hasil Uji Relevansi Prediktif (Q^2 Predictive Relevance).....	106
4.14 Hasil Uji Hipotesis – Efek Langsung (Direct Effect)	109
4.15 Hasil Uji Hipotesis – Efek tidak Langsung (Indirect Effect)	111

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
2.1 <i>Theory of Planned Behavioral</i>	16
2.2 Kerangka Konseptual	61
4.1 <i>Model Latent Variable</i> Penelitian	87
4.2 Output Model <i>PLS SEM Algorithm</i>	104

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1 Surat Izin Penelitian (BPRS Baiturridha Pusaka)	139
2 Kuesioner Penelitian	140

**PERAN *TRUST* MEMEDIASI *PERSONAL SELLING* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN MENABUNG
DI BPR SYARIAH
(Studi pada BPRS Baiturridha Pusaka Bandung)**

**KIFTIAH HINDUN
NPM:24061020031**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya membangun kepercayaan nasabah dalam mendorong minat dan keputusan nasabah untuk menabung secara reguler di BPR Syariah, khususnya melalui penguatan strategi komunikasi pemasaran *personal selling* dan pengalaman layanan yang positif. Teori utama yang melandasi penelitian ini adalah *Theory Planned Behaviour (TPB)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh *personal selling* terhadap keputusan menabung, (2) pengaruh *customer experience* terhadap keputusan menabung, (3) mengetahui apakah *trust* memediasi hubungan antara *personal selling* terhadap keputusan menabung, (4) mengetahui apakah *trust* memediasi hubungan antara *customer experience* terhadap keputusan menabung pada BPRS Baiturridha Pusaka-Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM–PLS)*. Sampel terdiri dari 120 responden nasabah aktif BPRS Baiturridha Pusaka-Bandung yang dipilih dengan teknik *probability sampling* melalui pendekatan *simple random sampling*, dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan software *Smart PLS* versi 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Personal Selling* tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung (2) *Customer Experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung (3) *Trust* tidak terbukti secara signifikan memediasi hubungan *personal selling* terhadap keputusan menabung (4) *Trust* terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara *customer experience* dan keputusan menabung. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks BPR Syariah, pengalaman positif nasabah menjadi faktor utama pembentuk kepercayaan dan pendorong perilaku menabung.

Kata kunci: *personal selling*, *customer experience*, *trust*, keputusan menabung, SEM-PLS

**THE MEDIATING ROLE OF TRUST IN THE RELATIONSHIP
BETWEEN PERSONAL SELLING AND CUSTOMER EXPERIENCE IN
ENHANCING SAVING DECISIONS AT BPR SYARIAH
(Study at BPRS Baiturridha Pusaka-Bandung)**

**KIFTIAH HINDUN
NPM:24061020031**

ABSTRACT

This research is motivated by the importance of building customer trust in encouraging interest and decisions to save regularly at BPR Syariah, particularly through strengthening personal selling marketing communication strategies and positive service experiences. The primary theory underlying this research is the Theory of Planned Behavior (TPB). This study aims to analyze (1) the influence of personal selling on saving decisions, (2) the influence of customer experience on saving decisions, (3) to find out whether trust mediates the relationship between personal selling and saving decisions, (4) to find out whether trust mediates the relationship between customer experience and saving decisions at BPRS Baiturridha Pusaka-Bandung.

This research applies a quantitative approach using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM–PLS) method. The sample consists of 120 active customers of BPRS Baiturridha Pusaka-Bandung selected probability sampling through a simple random sampling approach, where each member of the population has the same opportunity to be selected as a respondent. Data were collected using a structured questionnaire and analyzed using SmartPLS software Version 3.0.

The results of the study show that (1) Personal Selling does not influence the decision to save (2) Customer Experience has a positive and significant influence on the Decision to Save (3) Trust is not proven to significantly mediate the relationship between personal selling and the decision to save (4) Trust is proven to significantly mediate the relationship between customer experience and the decision to save. These findings confirm that in the context of BPR Syariah, positive customer experience is the main factor in forming trust and driving savings behavior.

Keywords: personal selling, customer experience, trust, saving decision, SEM-PLS