

## ABSTRAK

**Rahmat Junaedy.** 2017. *Pengaruh Cross Selling Customer Service Terhadap Penjualan Produk Deposito (studi pada BRISyariah KCP. Banjarbaru).* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pembimbing (I) Drs. H. Jalaluddin, M.hum dan pembimbing (II) Pati Matu Jahra, S.Ag., MSI.

**Kata kunci:** *Cross Selling*, BRISyariah KCP. Banjarbaru, Deposito.

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya kerjasama atau MOU antara BRISyariah dengan UIN Antasari Banjarmasin dan pemakaian modul dari BRISyariah. Hal ini menimbulkan tanda tanya besar bagi penulis kenapa *cross selling* ini telah menjadi salah satu penilaian pokok pada mata kuliah praktikum bank mini.

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh *cross selling* terhadap penjualan, dan untuk mengetahui diantara 5 variabel *cross selling* mana yang sangat kuat pengaruhnya terhadap penjualan produk deposito.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner untuk mengetahui tanggapan nasabah mengenai *Cross Selling* di BRISyariah KCP. Banjarbaru.

Melalui analisa kuantitatif mengukur pengaruh *Cross Selling Customer Service* terhadap Penjualan Produk Tabungan Deposito, maka penelitian ini menghasilkan, pertama: semua variabel dalam *Cross Selling* yang terdiri dari (X1) *Opening*, (X2) *Investigating*, (X3) *Demonstrating Capability*, (X4) *Obtaining Commitment*, dan (X5) *Closing* berpengaruh secara simultan terhadap (Y) Penjualan Produk Deposito pada BRISyariah KCP. Banjarbaru. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 5,758 di mana nilai ini lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,74 ( $5,758 > 2,74$ ) dan nilai *significance* sebesar 0,005, di mana nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,005 < 0,05$ ). Kedua: variabel bebas yang meliputi (X1) *Opening*, (X2) *Investigating*, (X3) *Demonstrating Capability*, (X4) *Obtaining Commitment*, dan (X5) *Closing*, yang paling berpengaruh secara parsial adalah variabel (X5) *closing*.

Kelima variabel di dalam *Cross Selling* berpengaruh secara simultan, dan variabel yang paling kuat pengaruhnya adalah variabel *closing* (X5). Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai *significance* terendah sebesar 0,003 dengan taraf signifikan 0,05.