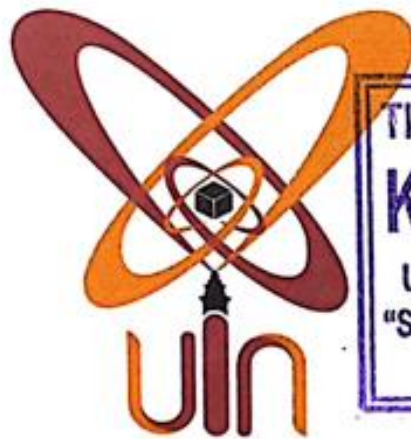


PENGARUH *PERSONAL SELLING*, *DIRECT MARKETING*, SERTA *PUBLIC RELATION* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DALAM PERSPEKTIF ISLAM DI BPRS MUSTINDO

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten



Disusun Oleh:

RACHMADIVA TRI OCTAVANDHI

NIM: 201420039

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
TAHUN 2024 M / 1446 H**