

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri” (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung), ditulis oleh Novie Pravita Prihadini, NIM. 17401163477.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi informasi pada dunia perbankan dibarengi dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang mengutamakan efisiensi dan kemudahan, menjadikan perbankan harus dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan masyarakat dengan menghadirkan layanan perbankan secara mandiri atau *self service*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif . sumber data penelitian ini berdasarkan data primer dengan menyebar kuesioner pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Tulungagung sebagai sampel dan data sekunder hasil penelitian terdahulu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri, kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri. Dari hasil uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $10,910 > 2,734$ dan nilai sig F kurang dari α yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh secara simultan antara promosi, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

Kata kunci : promosi, kualitas layanan, kemudahan penggunaan dan keputusan menggunakan

ABSTRACT

The research entitled "The Effect of Promotion, Service Quality, and Ease of Use towards Customer Decisions in Using Mobile Banking Syariah Mandiri Bank Services" (Study on the students of the Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung), written by Novie Pravita Prihadini, Register Number: 17401163477.

This research is motivated by the development of information technology in the banking world coupled with changes in people's lifestyles that prioritize efficiency and convenience, making banks have to be able to meet the needs of the community by presenting banking services independently or self-service.

The type of this research was quantitative research. The data source of this research was based on primary data by distributing questionnaires to students of the Islamic Economics and Business Faculty, State Islamic Institute of Tulungagung as samples and secondary data from previous research. The data analysis technique used in this research was validity and reliability, normality test, classic assumption test, multiple linear regression, and hypothesis testing.

From the results of the t test, it shows that promotion has no significant effect towards the decision to use Bank Syariah Mandiri mobile banking services. Service quality has no significant effect towards the decision to use Bank Syariah Mandiri mobile banking services. And ease of use has a significant effect towards the decision to use mobile banking services Bank Syariah Mandiri. From the results of the F test, it shows that F count is greater than F table, namely $10.910 > 2.734$ and the sig F value is less than α , which is $0.000 < 0.05$. it means that there is a simultaneous effect between promotion, service quality and ease of use towards customer decisions in using Bank Syariah Mandiri mobile banking service for students of the Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung.

Keywords: *promotion, service quality, ease of use, and decision to use*