

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak.....	xix
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah.....	12
G. Penegasan Istilah.....	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi	16
 BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Pemasaran.....	18
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	18

2.	Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	19
3.	Manajemen Pemasaran dalam Islam.....	20
B.	Promosi	23
1.	Pengertian Promosi	23
2.	Bauran promosi	25
3.	Promosi Penjualan.....	27
4.	Faktor-faktor mempengaruhi bentuk promosi	28
5.	Tujuan Promosi	32
C.	Kualitas Layanan.....	33
1.	Pengertian Kualitas Layanan	33
2.	Pelayanan Prima.....	38
D.	Kemudahan Penggunaan	40
1.	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	40
2.	Indikator Kemudahan.....	42
E.	Keputusan.....	42
1.	Pengertian Keputusan	42
2.	Peranan dalam Keputusan Menggunakan	44
F.	<i>Mobile Banking</i>	44
G.	Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan dalam Islam	46
H.	Teori Hubungan Variabel.....	48
I.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	50
J.	Kerangka Konseptual	56
K.	Mapping Variabel Teori dan Indikator Penelitian	58
L.	Hipotesis Penelitian.....	60

BAB III : METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B.	Definisi Konsep dan Operasional	63
1.	Variabel promosi (X_1).....	63
2.	Variabel kualitas layanan (X_2)	65

3.	Variabel kemudahan penggunaan (X_3)	65
4.	Variabel keputusan penggunaan (Y).....	67
C.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	68
1.	Populasi.....	68
2.	Sampling dan sampel penelitian	68
D.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	70
1.	Sumber data.....	70
2.	Variabel penelitian	71
3.	Skala pengukuran	72
E.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	72
1.	Teknik pengumpulan data.....	72
2.	Instrumen penelitian.....	73
F.	Analisis Data	74
1.	Uji Validitas	74
2.	Uji Reabilitas.....	74
3.	Uji Asumsi Klasik.....	75
4.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	77
5.	Uji Hipotesis	77
6.	Uji Koefisien Determinasi	79

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	80
1.	PT. Bank Syariah Mandiri	80
2.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	83
B.	Profil Responden.....	87
C.	Karakteristik Responden	87
1.	Jurusan Responden.....	88
2.	Jenis Kelamin Responden	88
3.	Usia Responden.....	89
D.	Deskripsi Variabel.....	90
1.	Deskripsi Variabel Promosi (X_1)	90

2.	Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X_2).....	98
3.	Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan (X_3).....	105
4.	Deskripsi Variabel Keputusan Menggunakan (Y)	111
5.	Rangkuman Frekuensi Dan Statistik Deskriptif.....	116
E.	Analisis Data	123
1.	Uji Validitas	123
2.	Uji Reliabilitas	125
F.	Uji Asumsi Klasik	126
1.	Uji Normalitas.....	126
2.	Uji Multikolinieritas.....	127
3.	Uji Heteroskedastisitas	128
G.	Uji Regresi Linier Berganda	129
H.	Uji Hipotesis	130
1.	Uji Parsial (t -test)	130
2.	Uji F	134
3.	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	135

BAB V : PEMBAHASAN

A.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	137
B.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	138
C.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung	140

D. Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.....	141
---	-----

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	143
B. Saran.....	144

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN