

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan *Electronic Banking* (E-Banking) pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung” ini ditulis oleh Lailatul Mutmainah, NIM. 17401163031, pembimbing Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan perkembangan teknologi yang semakin modern. Dan hal ini menjadikan dunia perbankan harus mampu menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik, karena tingkat persaingan diantara perusahaan juga semakin tajam. Pelayanan yang baik ini diberikan oleh syariah mandiri melalui jasa layanan e-banking. Dan layanan tersebut mendapat respon positif dari masyarakat dilihat dari jumlah transaksi melalui e-banking yang meningkat. Adapun agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar, maka harus memiliki strategi pemasaran yang baik dengan memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya.

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai (1) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan e-banking? serta (2) Bagaimana cara Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung melakukan pemasaran untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan e-banking? Dan tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan e-banking, serta (2) Untuk menganalisis cara Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung melakukan pemasaran untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan e-banking.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Dan berdasarkan permasalahan yang diangkat, penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi lapangan dengan sumber data yaitu primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk pengecekan keabsahan temuan ini menggunakan uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Adapun hasil penelitian skripsi ini, yaitu (1) Menunjukkan bahwa ketertarikan nasabah untuk menggunakan layanan e-banking ini dipengaruhi oleh faktor kemudahan, efisiensi waktu, jaminan keamanan dan sesuai kebutuhan nasabah. (2) Pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan e-banking yaitu dengan menggunakan prinsip 4P yakni: *product, price, place, dan promotion*.

**Kata Kunci: Efisiensi Waktu, Keamanan, Kesesuaian, dan Minat**

## **ABSTRACT**

*The thesis “Factors Affecting Customer’ Interest to Use E-banking Services at Sharia Mandiri Bank KCP Tulungagung” is written by Lailatul Mutmainah, register number 17401163031, and advised by Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.*

*This research is motivated by the development of more modern technology. And it made the world of banks should be able to show better performance and services, because the competition level among the companies is also increasingly sharp. The good service was given by shariah mandiri through E-Banking service. And the service got a positive response from the community seen from the number of increased e-banking usage. As for the company to survive, compete, and dominate the market, it must have a good marketing strategy by understanding consumer behavior on its target market.*

*The research of problem are (1) What were the factors that affecting customer' interest in using e-banking services? and (2) How do the e-banking services marketed by Syariah Mandiri Bank KCP Tulungagung? And the objectives of this research was (1) To analyze the factors that affect customer' interest in using e-banking services and (2) To analyze the marketing method of e-banking services that carried out by Syariah Mandiri Bank KCP Tulungagung.*

*This research used descriptive qualitative research approach. And based on the problems, This research used a type of field study research with primary and secondary data sources. Data collection techniques using interview and documentation techniques. To check the validity of the findings was using credibility, transferability, dependability, and confirmability tests. The results of this research were (1) It showed that customers' interest in using e-banking services was proven by its convenience factor, effective factors, security guarantees and based on needs. (2) The marketing strategy that carried out by Syariah Mandiri Bank KCP Tulungagung in attracting customers to use e-banking services was by using the 4P principles, namely: product, price, place, and promotion.*

**Keywords:** *Time Efficiency, Security, Suitability, and Interest*