

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah)” ditulis oleh Sindi Krismunita, NIM 12401173257, Pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan perbankan di era digital semakin ketat, sehingga untuk tetap dapat bersaing dengan perbankan lainnya dan mempertahankan serta meningkatkan nasabah untuk bertransaksi secara online, maka perlu diperhatikan terkait peningkatan kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan Mobile Banking.

Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online, 2) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online, 3) Untuk menguji pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online, dan 4) untuk menguji pengaruh kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan Mobile Banking terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 responden yaitu nasabah yang pernah bertransaksi secara Online pada BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Tahap selanjutnya, data diuji dengan program SPSS versi 16. Model pengujian meliputi : uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, Uji hipotesis dan Uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online, 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online, 3) Kualitas layanan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online, dan 4) Kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan Mobile Banking secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online.

Kata kunci : kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan, dan minat nasabah bertransaksi secara Online.

