

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN  
MOBILE BANKING PADA BANK MEGA  
SYARIAH CABANG PALU**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palu*

Oleh

**RAFIK FITRA MS**  
**NIM : 163150051**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ( IAIN ) PALU**

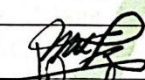

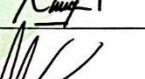


**2020**

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Rafik Fitra MS, NIM. 163150051 dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Mega Syariah Cabang Palu*” yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu pada tanggal M, yang bertepatan dengan tanggal Sya’ban 1441 H, dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan

Palu, Desember 2020 M  
Sya’ban 1441 H

#### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama Tanda Tangan	Paraf
Ketua	Dr. Malkan, S.Ag., M.Ag	
Munaqisy 1	Dr. Ermawati, M.Ag	
Munaqisy 2	Nur Wanita, S. Ag., MA	
Pembimbing 1	Prof. H. Nurdin, S. Pd., S.Sos., M. Com, Ph.D.	
Pembimbing 2	Dr. Malkan, S.Ag., M.Ag	

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.  
NIP.19650505 199903 1 002

Mengetahui

Ketua  
Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Malkan, M.Ag  
NIP. 19681231 199703 1 010

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu” oleh Rafik Fitrah MS, dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 163150051, yang merupakan Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi proposal skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa proposal tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diseminarkan.

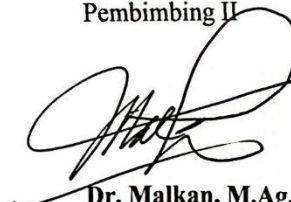
Palu, Maret 2020 M  
Rabiul Awal 1441 H

Pembimbing I



Prof. H. Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com, Ph.D.  
NIP. 19690301 199903 1 005

Pembimbing II



Dr. Malkan, M.Ag.  
NIP. 19681231 199703 1 010

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL .....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Garis-Garis Besar Isi.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	13
C. Kerangka Pemikiran .....	27
D. Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Populasi dan Sampel .....	29
C. Variabel Penelitian.....	32
D. Instrument Penelitian.....	32
E. Definisi Operasional .....	34
F. Teknik Pengumpulan Data .....	36
G. Teknik Analisa Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum.....	44
1. Sejarah Umum Bank Mega Syariah .....	44
2. Sejarah Bank Mega Syariah Kc Palu.....	45
3. Visi dan Misi Bank Mega Syariah .....	45
B. Hasil Penelitian .....	46
C. Uji Instrumen Penelitian.....	66
D. Uji Asumsi Klasik.....	69

## PERNYATAAN KEASLIAAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusunan yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA BANK MEGA SYARIAH CABANG PALU” adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu,            Juli 2020 M  
Dhu'l-Qi'dah 1441 H



Penulis,

 Rafik Fitra. Ms

NIM 15.3.15.0051

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	37
Tabel 4.1 Deskripsi Kuisisioner .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.3 Hasil Variabel Manfaat .....	51
Tabel 4.4 Hasil Variabel Kepercayaan .....	56
Tabel 4.5 Hasil Variabel Kemudahan Penggunaan .....	59
Tabel 4.6 Hasil Variabel Minat Menggunakan Mobile Banking .....	63
Tabel 4.7 Uji Validitas Instrumen X1 .....	71
Table 4.8 Uji Validitas Instrumen X2 .....	71
Tabel 4.9 Uji Validitas Instrumen Y .....	72
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Instrumen .....	73
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda .....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	80
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Dererminasi .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	75
Gambar 4.2 Uji Multikolinieritas .....	76
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastiditas .....	77

## BAB I PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Disamping itu, bank sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, dan pembayaran lainnya.<sup>1</sup>

Kehadiran bank yang berdasarkan syariah di Indonesia masih relatif baru, yaitu baru pada awal tahun 1990-an, meskipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat Muslim terbesar di dunia. Prakarsa untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 18-20 Agustus 1990. Namun, diskusi tentang Bank Syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal tahun 1980. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Bank Syariah telah menawarkan berbagai produk yang cukup kompetitif yang merupakan pengembangan dari produksi perbankan konvensional yang di padu

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Cet.I; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 25.



E. Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
F. Hasil Pengujian Hipotesis .....	74
G. Pembahasan .....	77

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	80
B. Saran .....	81

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

berkembang pesat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia.

Semakin ketatnya persaingan antar bank membuat bank berlomba lomba memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah. Salah satu pelayanan yang diberikan bank syariah yaitu *Mobile Banking (M-Banking)*.

Untuk dapat maju dan berkembang dengan pesat masing-masing industri perbankan harus memiliki keunggulan antara lain dengan mengadopsi fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik tersebut dilakukan dengan tujuan agar semakin banyak konsumen (nasabah) yang tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan. Layanan yang baik akan membentuk sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan layanan jasa perbankan yang bersangkutan.

*Mobile Banking* merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile Banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

Dalam *mobile banking* adanya pemisahan secara fisik antara bank dan nasabahnya dan tidak ada interaksi fisik antara nasabah dengan karyawan bank menyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari nasabah adalah hal yang terpenting bagi bank.

Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan untuk memecahkan permasalahan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas lebih tinggi dari pesaing dapat memberikan kepuasan nasabah sehingga mempengaruhi pada loyalitas nasabah yang sudah diperoleh untuk dapat dipertahankan atau diperluas.<sup>5</sup>

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan serta kemampuan untuk mempromosikan produk adalah hal yang paling diutamakan untuk bisa memberikan kepuasan pada pelanggannya. Bank syariah harus menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada seluruh lini produk dan jasanya dengan tidak melupakan konsep ekonomi Islam melalui produk yang dipromosikannya. Hal itu juga yang selalu ditingkatkan pada PT. Bank Mega Syariah Cabang Palu.

Pelayanan yang dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabahnya. Jika nasabahnya tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat

---

<sup>5</sup>Ratminto dan Atik Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2.

dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien dalam karakteristik pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik di dalam perusahaan akan memberikan kepuasan bagi para konsumennya juga akan mampu meningkatkan *image* bagi perusahaan sehingga citra perusahaan di mata pelanggannya terus meningkat.<sup>6</sup>

Adapun promosi dibutuhkan untuk memperkenalkan produk atau layanan *mobile banking*. Dengan promosi, maka *mobile banking* akan lebih mudah dikenal masyarakat dan dapat mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Oleh karena itu promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah bank, karena masyarakat tidak bisa mengenal produk dari perbankan tanpa adanya sebuah promosi.

Promosi merupakan kegiatan marketing *mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Kegiatan promosi berikut adalah penjualan pribadi atau *Personal Selling*. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi lebih banyak dilakukan oleh petugas *Customer Service* atau *Service Assistensi*. Dalam hal ini *Customer Service* memegang peranan sebagai pembinaan hubungan dengan masyarakat atau *public relation*. *Customer Service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Oleh karena itu tugas *Customer Service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan. *Customer Service* lah yang bertugas

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Cet.IV; Jakarta: Rajawali Pers, 2005), 31.

lebih luas dan lebih lengkap dengan ekonomi Islam yang telah ada dalam beberapa prinsip dasar transaksi syariah secara umum.<sup>2</sup>

Tingkat persaingan bank syariah tidak hanya sesama bank syariah melainkan juga bank konvensional. Oleh karena itu, salah satu perbandingan yang sangat penting dan harus dimiliki oleh bank syariah adalah unggul dalam layanan. Didalam pelayanan tidak terlepas dari etika pegawai bank, karena etika pegawai sangat berpengaruh bagi nasabah.<sup>3</sup>

Strategi pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan syariah di Indonesia saat ini.

Adapun yang telah sampai kepada industri perbankan, dan tidak terkecuali perbankan syariah adalah perkembangan teknologi dan telekomunikasi dan salah satu aktifitas perbankan yang memanfaatkan teknologi tersebut adalah aplikasi *E-Banking* atau *Internet Banking*. Yang mana secara sederhana bisa diartikan sebagai aktifitas perbankan di internet.<sup>4</sup>

Pada era informasi sekarang perilaku konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi, konsumen sangat mendedapankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Perkembangan teknologi informasi yang

---

<sup>2</sup> Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 60.

<sup>3</sup> Soejitno dan Abdul, *Etika Perbankan* (Jakarta: Batavia Press, 2004), 12.

<sup>4</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Cet.I; Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 193.

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu karyawan Bank Mega Syariah Cabang Palu, *mobile banking* yaitu layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui telepon seluler atau internet. *Megasyariah Mobile* pada Bank Mega Syariah, nasabah bisa melakukan aktivasi aplikasi *Megasyariah Online* sendiri di rumah atau di manapun, dan tidak perlu melakukan aktivasi melalui customer service.

Jadi keamanan pada *Megasyariah Mobile* sudah terjamin. Setiap pengecekan saldo dengan menggunakan aplikasi *Megasyariah Mobile* tidak dikenakan biaya, dan penampilan saldonya pun sudah otomatis dilayar aplikasi beranda *Megasyariah Mobile* jadi nasabah tidak perlu lagi untuk melakukan cek saldo. Pada PT. Bank Mega Syariah Cabang Palu jumlah nasabahnya 3.890 jiwa, adapun nasabah yang menggunakan mobile banking sejumlah 164 jiwa.<sup>11</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin membahas tentang bagaimana pengaruhnya kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu. Untuk membuktikannya secara ilmiah, penulis melakukan penelitian dengan Judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Mega Syariah Cabang Palu”.

## **B. Rumusan Masalah**

---

<sup>11</sup> Ria Anggriani, *Manager Operasional*. Hasil wawancara pada tanggal 18 maret 2020

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah Cabang palu?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah cabang Palu?
3. Apakah kualitas layanan dan promosi berpengaruh signifikan secara serempak terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank mega Syariah Cabang palu?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dirumuskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan nasabah terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah Cabang Palu
- b. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah Cabang Palu

#### **2. Kegunaan penelitian**

- a. Bagi Mega syariah cabang palu

untuk memperkenalkan, menawarkan serta mempromosikan penggunaan *Mobile Banking* untuk mempermudah transaksi nasabah.<sup>7</sup>

Manfaat dari menggunakan layanan *mobile banking* yaitu, membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, dapat menambah pengetahuan seseorang, mempercepat waktu penggunaan, dan dapat mempengaruhi tingkat kinerja seseorang.<sup>8</sup>

Nasabah menggunakan layanan *mobile banking* karena dapat mempercepat waktu kerja dalam melakukan transaksi. Meskipun *mobile banking* bermanfaat untuk nasabah perbankan namun, disisi lain *mobile banking* memiliki sisi negatif yang harus diwaspadai penggunaannya salah satunya yaitu banyaknya tindakan kejahatan, di dunia internet seperti pembobolan layanan perbankan secara online, pembajakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.<sup>9</sup>

*Mobile Banking* juga menyediakan beberapa layanan di dalam aplikasinya seperti, informasi rekening (cek saldo, transfer), pembayaran *online* (PLN, telkom, akademik, tiket, asuransi dan PDAM), pembelian (voucher HP, voucher PLN), layanan Bank Mega Syariah, jadwal shalat.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Ria Anggriani, *Manager Operasional*. Hasil wawancara pada tanggal 18 maret 2020.

<sup>8</sup> Davis, "Preived Usefulness, Perceived Ease OF Use, And User Acceptance Of Information Tecnology", *Jurnal Management Information System (Online)* Vol. 13. No. 3, 320.

<sup>9</sup> Wiji Nur Astuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 115.

<sup>10</sup> Ibid, 116.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### *A. Penelitian Terdahulu*

Bagian ini merupakan sebuah hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan telah diuji kebenarannya yang didasari dengan metode penelitian yang digunakan.

Pada penelitian terdahulu penulis mengambil tiga penelitian terdahulu yang mengangkat tema mengenai pengaruh etika dan pelayanan *customer service* terhadap tingkat kepuasan nasabah, yang mana semua isi penulisan sesuai dengan titik permasalahan yang ditemukan oleh masing-masing penulis.

Yohansyah Adiputra Riyadi dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”, dalam hasil skripsinya Yohansyah Adiputra Riyadi mengatakan, Bahwa Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BMI, sebaliknya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara persial terhadap minat menabung di BMI. Namun bila keduanya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Hal ini terjadi Karena kurangnya promosi yang

dilakukan BMI terhadap masyarakat. Kualitas layanan dapat dirasakan langsung oleh masyarakat.<sup>12</sup>

Margawana dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah” dalam hasil skripsinya Margawana mengatakan, Bahwa (1) hasil uji variable kecepatan pada alfa 0,05 secara parsial tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. (2) uji parsial terhadap variable keamanan juga tidak signifikan. (3) uji parsial terhadap variable akurasi data juga tidak signifikan. (4) uji parsial terhadap variable kepercayaan signifikan. (5) secara serempak variable kepercayaan, keamanan, akurasi data dan kepercayaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>13</sup>

Yeni Anda dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kc Ponorogo” dalam hasil skripsinya Yeni Anda menyatakan, bahwa (1) kualitas layanan *Mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah ponorogo. (2) kualitas produk *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terhadap BRI Syariah Ponorogo. (3) kualitas layanan *mobile banking* dan kualitas produk *mobile banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah ponorogo.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Yohansyah Adiputra Riyadi, *Pengaruh Promosi dan Kualitas layanan terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*, 2020.

<sup>13</sup> Margawana, *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Study Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*, 2020.

<sup>14</sup> Yeni Anda, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kc Ponorogo*, 2019

Tabel 2.1

## Ringkasan Penelitian Terdahulu

NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1. Yohansyah Adiputra Riadi	Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan kualitas layanan dan promosi sebagai variable X atau yang mempengaruhi	Penulis dan peneliti berbeda dalam variable Y dan lokasi penelitian, dimana penulis menggunakan kepuasan nasabah sebagai variable yang dipengaruhi
2. Margawana	Pengaruh Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	Penulis dan peneliti sama-sama meneliti tentang kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking	Penulis dan peneliti berbeda dalam variable X, dimana peneliti menggunakan empat variable X, sedangkan penulis hanya menggunakan dua variable X yaitu kualitas layanan dan promosi
3. Yeni Anda	Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kc Ponorogo	Penulis dan peneliti sama-sama meneliti tentang bagaimana pengaruhnya kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mibile banking.	Penulis dan peneliti berbeda dalam penggunaan variable X2, dimana peneliti menggunakan kualitas produk sebagai X2nya, sedangkan penulis mengguna promosi sebagai X2nya.

Diharapkan dapat berfungsi sebagai informasi serta <sup>pemahaman</sup> dan pengetahuan dalam memberikan jawaban atas minat masyarakat dalam menabung di Bank Mega Syariah Cabang Palu.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan rujukan dan koleksi dari penelitian sebelumnya agar para peneliti selanjutnya khususnya di program studi Perbankan Syariah dapat mudah mendapatkan sumber referensi tambahan.

c. Bagi Bank Mega Syariah Cabang Palu

Penelitian ini dapat diharapkan sebagai acuan untuk bahan evaluasi dalam mengembangkan dan mengetahui apakah kualitas layanan dan promosi terhadap *Mobile Banking* sudah cukup baik dan sesuai dengan harapan nasabah.

**D. Garis-Garis Besar isi**

Proposal ini terbagi dalam tiga bab dan masing-masing bab saling berkaitan sebagai satu kesatuan rangkaian karya ilmiah. Untuk mengetahui secara singkat terhadap masing-masing pembahasan bab-bab tersebut maka penulis mengemukakan garis-garis besar isi skripsi sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan mengurai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan garis-garis besar isi.

Bab II adalah bab Kajian pustaka yang menjelaskan penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran dan hipotesis dari penelitian.

Bab III adalah Desain dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

## 9. Kurangnya keterampilan menjual

### 2. Promosi

#### a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Suatu produk yang telah diciptakan kemudian harga telah ditetapkan serta lokasi atau tempat sudah ditentukan maka produk tersebut sudah siap untuk dipromosikan. Karena dengan melalui sarana promosi, masyarakat akan lebih tau dan paham akan kehadiran yang telah diproses sedemikian rupa. Promosi biasanya terdiri dari manfaat, harga, dimana didapatkan, karakteristik dari produk sampai dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh produk kita dengan tujuan sebagai pembeda terhadap produk yang serupa.<sup>19</sup>

Dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan sebuah kegiatan yang paling penting dan utama dalam menawarkan dan memberikan penjelasan akan produk yang ditawarkan dengan tujuan agar para calon pembeli tertarik atau taupun berminat untuk membeli produk sehingga laku terjual dan mendapatkan keuntungan.

#### b. Tujuan promosi

Tujuan promosi adalah memberikan informasi, menarik minat dan memberikan umpan balik dengan maksud meningkatkan keuntungan perusahaan bank. Tujuan ini akan tercapai apabila adanya sinergitas antara pihak promotor dan pelanggan dalam hal ini adalah maka dari itu perlu adanya sebuah sesuatu dorongan

---

<sup>19</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi revisi (Cet.III ; Jakarta : Prenada Media Group,2008), 155.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Kualitas Layanan**

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang diperhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus bias diperhatikan juga. Karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Edvarson kualitas adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang serius dari manajemen organisasi jasa. Untuk menetapkan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi jasa, terlebih dahulu organisasi tersebut harus mempunyai tujuan yang jelas.<sup>15</sup>

Menurut Geoth dan Davis yang bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Devinisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai

---

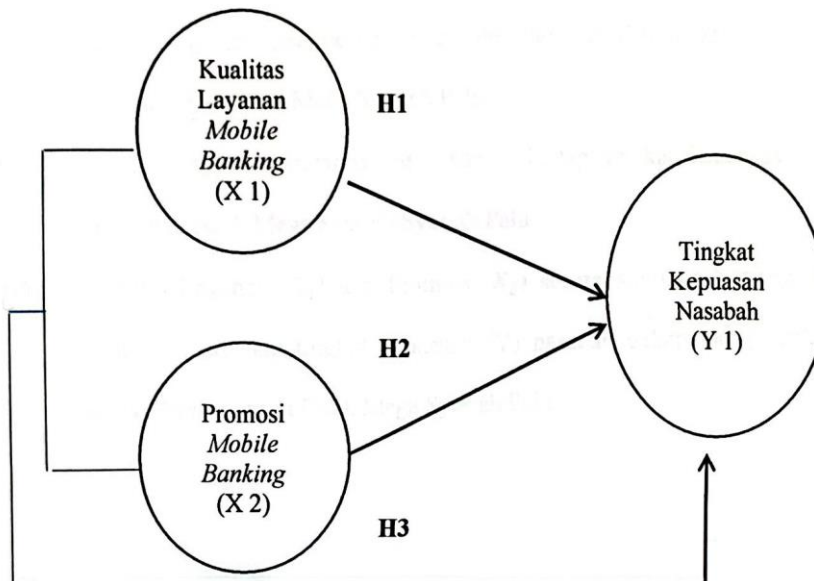
<sup>15</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 15.

1. Jenis OS *handphone*
2. Jenis kartu yang digunakan
3. Kecepatan data atau jaringan wilayah
4. Limit transaksi dalam sehari
5. Tidak ada notifikasi (transfer, menerima transfer, iklan)
6. Aktifasi setiap bulan

### **C. Kerangka Pemikiran**

Dalam berfikir, penulis memerlukan sebuah kerangka pemikiran yang digunakan sebagai landasan untuk mengetahui sebuah variabel ataupun lebih yang mana variabel memengaruhi maupun variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah tingkat kepuasan nasabah, sedangkan kualitas layanan dan promosi *mobile banking* menjadi variabel yang memengaruhi atau variabel independen.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel bebas : Kualitas Layanan dan Promosi

Variabel terikat : Tingkat Kepuasan Nasabah

—————> : Pengaruh secara parsial

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya. Sehingga Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015). 65



Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1 : Kualitas Layanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan (Y) nasabah di Bank Mega Syariah Palu.
- H2 : Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan (Y) nasabah di Bank Mega Syariah Syariah Palu.
- H3 : Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan (Y) nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah Palu.

apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya.<sup>29</sup>

**Kelebihan *Mobile Banking*:**

**a) Bagi Nasabah**

1. *Mobile Banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik.
2. Layanan *mobile banking* selain dapat menghemat biaya, juga dapat menghemat waktu.
3. Nasabah dapat mengakses bank dan jasa-jasanya kapanpun dan dimanapun.
4. Nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir ATM.
5. Nasabah bisa melakukan aktivasi sendiri aplikasi *Mobile Banking* tanpa harus datang ke customer service.
6. *Mobile Banking* dapat digunakan untuk membayar BPJS, transfer antar bank, beli pulsa internet atau biasa, bayar token listrik, bayar virtual account, dapat membayar zakat, infaq, dan shodaqah.

**b) Bagi bank**

1. Layanan *mobile banking* juga bisa menjadi strategi kompetitif pihak bank untuk memberikan *valueadded* kepada nasabahnya.
2. Biaya pengurusan nasabah dapat berkurang.

**Kekurangan *Mobile Banking*:**<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Badi' u Rajab. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syariah*. (Cet.I; Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2008), 56.

<sup>30</sup> Putri Vonita Agustina, wawancara dengan penulis, Bank Mega Syariah Cabang Palu, Palu, 3 Desember 2019.

Pada penelitian ini Instrumen yang digunakan adalah kuisisioner yaitu seperti penyebaran angket dimana didalamnya berisi pernyataan yang akan diberikan kepada nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu. Adapun pernyataan tersebut dibuat dalam bentuk Skala Likert, adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomenal sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian.<sup>43</sup>

Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>44</sup>

Kategori pernyataan dengan jawaban dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

**Tabel 3.1**

**Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
kurang Setuju	3

<sup>43</sup>Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 170.

<sup>44</sup>*Ibid*, 135

### C. *Variabel Penelitian*

Variabel adalah karakter yang akan diobservasi dari unit amatan. Variabel dalam penelitian merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang memiliki variasi antara satu objek dengan objek yang lain dalam kelompok tersebut,<sup>40</sup> maka jenis-jenis variabel dalam penelitian dapat dibedakan sebagai berikut:

#### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel "X".<sup>41</sup> Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu: Layanan (X1) dan Promosi (X2).

#### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>42</sup> Variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini yaitu: Kepuasan Nasabah (Y).

### D. *Instrumen Penelitian*

---

<sup>40</sup>Sugiharto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, Denny S. Oetomo, *Teknik Sampling*, (Cet. II ; Jakarta : PT. Gramedia pustaka Utama, 2003), 13.

<sup>41</sup>Nanang martono, *Metode...* ", 61.

<sup>42</sup>Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Cet.I, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), 29.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### ***A. Desain dan Pendekatan Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka, atau data berupa kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.<sup>32</sup> penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode survey. Dimana metode penelitian ini mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisisioner untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Kegunaan dari pendekatan penelitian kuantitatif yaitu untuk menganalisa pengaruh layanan dan promosi terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking di bank Mega Syariah Palu.

##### ***B. Populasi dan Sampel***

###### **1. Populasi**

Populasi menunjukkan keadaan dan jumlah objek penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu, dalam populasi terdapat unit-unit populasi ataupun jumlah bagian-bagian populasi.<sup>33</sup> Nanang Martono mengartikan

---

<sup>32</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Revisi 2, (Cet. V ; Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 20.

<sup>33</sup>Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, (Cet.I; Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 125.

		<p>dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan.<sup>46</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan (<i>reliability</i>):</li> <li>2. Keresponsifan (<i>responsiveness</i>):</li> <li>3. Jaminan (<i>assurance</i>):</li> <li>4. Empati (<i>empathy</i>):</li> <li>5. Berwujud (<i>tangible</i>):</li> </ol> <p>(Sumber: Simorangkir)</p>
2.	Promosi  ( $X_2$ )	<p>Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.<sup>47</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesan promosi</li> <li>2. Media promosi</li> <li>3. Waktu promoi</li> </ol> <p>(sumber: Kasmir)</p>
3.	Tingkat	<p>Kepuasan nasabah merupakan refleksi penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalaman sejati atau keseluruhan</p>

82. <sup>46</sup> Simorangkir, *ETIKA: Bisnis, Jabatan, dan Perbankan* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003),

<sup>47</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 15.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Sejarah Umum Bank Mega Syariah**

Riwayat PT Bank Mega Syariah dicatat sejak pendirian PT Bank Umum Tugu (Bank Tugu) pada 14 juli 1990. Riwayat tersebut bermula dari pengakuisisianBank Tugu pada 2001. Bank Umum konvensional tersebut diakuisisi CT. Corpora-dahulu bernama Para Group – melalui PT Para Global Investindo dan PT. Para Rekan Investama. Bank Tugu dikonversi menjadi PT Bank Syariah Mega di Indonesia (BSMI) pada 27 juli 2004 dicatat dalam sejarah perbankan Indonesia sebagai upaya pertama pengkonversian Bank Umum Konvensional menjadi Bank umum Syariah.

Pada tanggal 25 Agustus 2004 BSMI resmi beroperasi. Hampir 3 tahun kemudian, 7 November 2007 pemegang saham memutuskan perubahan bentuk logo BSMI ke-bentuk logo Bank Umum Konvensional dan sejak 2 November 2010 – sekarang, Bank ini berganti nama menjadi PT Bank Mega Syariah. Sejak 16 Oktober 2008 Bank Mega Syariah telah menjadi bank devisa, dengan status tersebut, bank ini dapat melakukan transaksi devisa dan terlibat dalam perdagangan Internasional. Strategi perluasan pasar dan status bank devisa itu akhirnya semakin memantapkan posisi Bank Mega Syariah sebagai salah satu bank umum syariah terbaik di Indonesia.<sup>60</sup>

Selain itu, pada 8 April 2009 Bank Mega Syariah memperoleh izin dari Departemen Agama Republik Indonesia (Depag RI) sebagai bank penerima setoran penyelenggaraan ibadah haji (BPS BPIH). Tahun berikutnya 2010 Bank Mega

---

<sup>60</sup>Dokumentasi Bank MEGA Syariah Cabang Palu, Pada 10 Juni 2020.

Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Kategori diatas bahwa angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan, sedangkan angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

### ***E. Devinisi Operasional***

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi). Sehingga definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :<sup>45</sup>

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Operasional
1.	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	Pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat

<sup>45</sup> Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Cet.I; Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2010), 29.



Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah sebagai berikut:<sup>64</sup>

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Diketahui:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data tertinggi - Data Terendah

Banyak kelas = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas intervalnya adalah sebagai berikut:  $P = \frac{5-1}{5} = 0,80$ . Maka interval dari kriteria penelitian rata-rata dapat diinterpretasikan berikut ini:

Sangat Buruk = 1,00 – 1,79

Buruk = 1,80 – 2,59

Cukup Baik = 2,60 – 3,39

Baik = 3,40 – 4,19

Sangat Baik = 4,20 – 5,00

1. Deskripsi tanggapan responden sebagai sampel penelitian terhadap Variabel Manfaat

**Tabel 3.5**

**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat (X<sub>1</sub>)**

N	ITEM	SS	S	N	TS	ST	SKO	RATA
O	PERTANYAAN	5	4	3	2	S	R	-
						1		RATA
1	X1.1	26	34	2	0	0	272	4,38%

<sup>64</sup>Yogi Iskandar, "Pengaruh Kesesuaian Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT.Bentoel Distribusi Utama Cabang Palu", Skripsi (Palu: IAIN Palu), 54.

Syariah menjadi bank syariah pertama yang menerapkan aplikasi *switching* BPS BPIH proses transformasi dimulai pada 2011 logo baru diperkenalkan sebagai bagian dari proses transformasi. Dua tahun kemudian, 2013 bank ini memindahkan kantor pusatnya ke-menara mega syariah Jakarta. Pada tahun yang sama masih dalam rangka proses transformasi, visi dan misi Bank Mega Syariah disempurnakan untuk mewujudkan visi “Tumbuh dan sejahtera bersama bangsa “.CT Corpora sebagai pemegang saham mayoritas memiliki komitmen dan tanggung jawab penuh untuk menjadikan Bank Mega Syariah sebagai bank umum syariah terbaik di Industri perbankan syariah nasional.<sup>61</sup>

## **2. Sejarah Bank Mega Syariah KC Palu**

Bank Mega Syariah KC Palu awal mulanya, bernama Bank Mega Mitra Syariah beralamat di Jl. Tanjung Dako No. 24 D tepatnya di pasar Masomba yang merupakan Unit Usaha Syariah (UUS) Bank Mega Syariah. Pada tahun 2010 sampai 2015 UUS Bank Mega Syariah memiliki 5 cabang, 2 cabang di Kota Palu dan 3 cabang lainnya berada di Parigi Moutong, Tojo Una-una dan di Luwuk Banggai. Pada bulan Desember 2018 Unit Usaha Bank Mega Syariah direlokasikan ke Jl.Jendral Sudirman dan beroperasi hingga saat ini.<sup>62</sup>

## **3. Visi dan Misi**

- **Visi**

“Tumbuh dan sejahtera bersama bangsa”

- **Misi**

1. Bertekad mengembangkan perekonomian syariah melalui sinergi dan semua pemangku kepentingan.

---

<sup>61</sup>Ibid.

<sup>62</sup>Dicky Prayuda, wawancara dengan penulis, Bank Mega Syariah Kota Palu, Palu, 8 Juni 2020.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi industri Perbankan syariah dan berbagai pihak terkait Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan, perlu adanya peningkatan sosialisasi kepada nasabah dan calon nasabah tentang perbankan syariah yang baik serta edukasi terkait manfaat dan resiko menggunakan produk- produk perbankan syariah khususnya *mobile banking*.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diketahui besarnya koefisien Pengaruh Kualitas Layanan, dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Mega Syariah cabang palu. Oleh karena itu peneliti selanjutnya disarankan untuk mampu mengembangkan hasil dari penelitian ini. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden dalam penghitungan sampel karena berhubung ketiga variabel yang di ajukan saat ini hanya mempengaruhi sebesar 56% dan masih kurang 44%, yang bisa dijadikan penelitian dengan variabel yang berbeda.
3. Bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya, dapat menjadi referensi perkembangan dalam memutuskan pilihan studi perbankan syariah dalam melanjutkan keilmuan kejenjang yang lebih tinggi.
4. Bagi pembaca pada umumnya dapat memberikan literature pembuktian dan pertimbangan bahwa kualitas layanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada bank ega

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah..
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah cabang palu. Promosi merupakan salah satu motivasi yang mempengaruhi keinginan seorang nasabah untuk menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah cabang palu.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah cabang palu. Setelah dilakukan uji F pada taraf signifikansi 5% diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 42,792 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,999 dengan nilai signifikan  $F = 0.000 < 0.05$  Dari hasil pengujian regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil koefisien determinasi ( $R$  Square) sebesar 0.592 atau 59%. Jadi 59% pengaruh kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Mega Syariah cabang palu, sedangkan sisanya sebesar 44% diberikan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, Bastian. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking*. Skripsi Manajemen, Semarang, 2014.
- Ambadar, Jackie. *Membentuk Karakter Pengusaha*, (Bandung: Kaifa, 2010).
- Anda, Yeni. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kc Ponorogo*, 2019
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Arifin, Zainal. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Tangerang: Azkia Publisher, 2009.
- Asiyah, Binti Nur. *Manajemen Pembiayaan Bank Syaria*. Yogyakarta: KALIMEDIA, 2015.
- Astuti, Wiji Nur. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Bawono, Anton *Multivariate Anlysis dengan SPSS*. Salatiga; STAIN Salatiga Press, 2006.
- Bhilawa, Longgar. *Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) Dengan Pengalaman Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010.
- Chandra Purdi E. *Trik Sukses Menuju Sukse*. Yogyakarta: Grafika Indah, 2000.
- Consultan, Duwi. *Uji Linearity*. Blog. Duwi Consultan, <https://duwiconsultan.blogspot.com>. Diakses Tanggal 24 Januari 2019.
- Harahap, Siska Pratiwi. *Pengaruh Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Nasabah Pembiayaan Mikro Pada Pt. Bri Syariah Kantor Cabang Medan*
- Husaeni, Uus Ahmad. *Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Pada Anggota Bmt Di Jawa Barat*.
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.