BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti telah melakukan penelitian langsung dengan menyebar kuesioner yang diajukan kepada responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban responden dalam kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan menggunakan aplikasi SPSS *for windows* fersi 16.0, maka hasil yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah untuk menjelaskan:

A. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *layanan mobile* banking Bank Syariah Mandiri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Tulungagung. Hasil dari perhitungan koefisien regresi didapat dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 0,850 < 1,993 dan nilai sig 0,398 > 0,05, maka terima H_0 dan tolak H_1.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriani Latief dan Dirwan untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan uang digital. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa

variabel promosi positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan uang digital.[82]

Berdasarkan hasil penelitian, promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Rachmad, bahwa promosi sebagai salah satu komponen alat informasi strategi pemasaran bukan satu-satunya faktor penentu.[83] Hal ini bisa disebabkan lembaga atau perusahaan sering melakukan kegiatan promosi lalu mengalami kejenuhan karena sebagian besar khalayak sudah mengenal produk layanan tersebut, bisa juga disebabkan misal, lembaga sering melakukan kegiatan promosi tetapi mereka tidak memperhatikan mutu produk yang dipasarkan maka malah akan membuat khalayak mengerti kekurangan produk tersebut.

B. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *layanan mobile* banking Bank Syariah Mandiri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Tulungagung. Hasil dari

---

[82] Fitriani Latief dan Dirwan, *Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital,* Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Makassar, 2020

[83] Rachmad Kriyantono, *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik,* (Malang: UB Press, 2013), hlm. 50

perhitungan koefisien regresi didapat dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 0,766 < 1,993 dan nilai sig 0,446 > 0,05, maka terima H_0 dan tolak H_1.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dorothy untuk menguji pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap minat penggunaan jasa layanan *e-banking* pada BNI kantor layanan UNILA.[84] Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel minat penggunaan jasa layanan *e-banking* pada BNI kantor layanan UNILA.

Menurut Freddy, tingkat kualitas layanan tidak dapat dinilai berdasar sudut pandang lembaga saja tetapi juga harus dipandang dari sudut pandang dari persepsi pelanggan. Karena itu, ketika melakukan perumusan strategi dan rencana layanan, sebuah lembaga harus fokus kepada minat pelanggan dengan mempertimbangkan kualitas komponen layanan.[85]

Kualitas layanan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri sudah baik tetapi ternyata tidak cukup untuk meningkatkan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas layanan bukan merupakan faktor dominan bagi nasabah untuk melakukan keputusan menggunakan.

---

[84] Dorothy Rouly H. Pandjaitan, *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kompetensi Tenaga Penjual, dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Minat Penggunaan Jasa Layanan E-Banking (Studi Kasus pada BNI Kantor Layanan UNILA),* jurnal PESAT Universitas Lampung, 2013

[85] Iwan Budhiarta, *Model Hsq-Metrix: Untuk Pengukuran Kualitas Layanan Kesehatan Dan Rumah Sakit Di Banda Aceh*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hlm. 2

C. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *layanan mobile* banking Bank Syariah Mandiri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Tulungagung. Hasil dari perhitungan koefisien regresi didapat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,168 > 1,993 dan nilai sig 0,033 < 0,05, maka tolak H_0 dan terima H_1.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Brian untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *internet banking*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat Minat menggunakan *internet banking* pada nasabah Bank Mandiri Yogyakarta.[86]

Menurut Davis, tolak ukur kualitas suatu sistem atau layanan adalah kemudahan penggunaan.[87] Kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan *mobile banking* jika dirasa sistem tersebut dapat memberikan kemudahan dalam penggunaannya. Semakin mudah penggunaan suatu produk atau layanan semakin kuat keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau layanan tersebut.

---

[86] Brian Dwi Saputro, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking pada Nasabah Bank Mandiri Yogyakarta*, Jurnal Nominal Universitas Negeri Yogyakarta, 2013

[87] Muhammad Tajuddin, *Sistem Informasi Perguruan Tinggi Untuk Mencapai Good University Governance: (Sebuah Pendekatan Teoritis dan Penerapan),* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 26

Ketika kemudahan penggunaan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah, maka konsumen akan merasa senang untuk menggunakan produk tersebut. Suatu layanan *mobile banking* yang memiliki kemudahan dalam cara penggunaannya secara otomatis berpengaruh positif terhadap keputusan seorang nasabah dalam menggunakan layanan tersebut.

D. Pengaruh 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

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan menunjukkan 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. Hal ini ditunjukkan dengan ditolaknya H_0 dan diterimanya H_1. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu 10,910 > 2,734 dan nilai sig F kurang dari α yaitu 0,000 < 0,05.

Morgan Salusu berpendapaat pengambilan keputusan adalah kesimpulan yang didapat setelah penilaian yang terjadi setelah dipilihnya suatu kemungkinan dan yang lainnya dikesampingkan.[88] Keputusan adalah wujud final dari proses menjatuhkan pilihan terbaik diantara beberapa pilihan opsi

[88] Aswar Annas, *Interaksi Pengambilan Keputusan dan Evaluasi Kebijakan*, (Makasar: Celebes Media Perkasa, 2017), hlm. 40

yang ada. Dalam pengambilan keputusan ini, dibutuhkan usaha mengumpulkan informasi dan pemikiran untuk melakukan kegiatan yang diperlukan guna mendapatkan pilihan yang terbaik.