

## **BAB IV**

### **LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Bank Bank Syariah Indonesia**

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global (bankbsi.co.id, 2022).

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*) (bankbsi.co.id, 2022).

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri Pada tanggal 1 Februari 2021, tiga Bank anak perusahaan BUMN itu merger secara nasional di bawah Kementrian BUMN. BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah, dari ketiga bank tersebut merger menjadi Bank Syariah Indonesia. dari february sampai bulan juni hampir akan menginjak setengah tahun. Untuk sistemnya sendiri sudah terpisah dari masing-masing induk, yang awalnya BNI Syariah induknya dari BNI, BRI Syariah dari BRI, Bank Mandiri Syariah dari Bank Mandiri sudah terpisah dan sudah menjadi sendiri, Bank syariah yang besar di Indonesia. Diharapkan kedepannya proses migrasi dan roll out nya berjalan lancar karena sekarang ini masih di jadwalkan untuk proses migrasi nasabahnya karena nasabah masing-masing bank banyak, jadi dari Februari sampai 31 Oktober 2021 itu proses migrasi nanti setelah bulan Oktober, di bulan November itu semua tidak ada lagi BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah. Karena semuanya sudah terkumpul dan sudah menjadi legasi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Proses merger tiga Bank Syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap Bank Syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI kedepannya.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) di resmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang di rilis

dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank hasil penggabungan. Dengan di keluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari 3 Bank pembentuknya.

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang terus di tegakan dalam prinsip ekonomi. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang di beri nama Bank Syariah Indonesia.

Tujuan di bentuknya BSI untuk menjadi Bank Syariah terbesar, menjadi barometer market di Indonesia dan mempunyai daya saing global.

Tujuan meger yang di lakukan oleh BSI :

a. Sinergi yang baik demi

Meningkatkan Layanan untuk Nasabah Bank Syariah Dengan menggabungkan tiga Bank Syariah besar, tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergitas yang di hasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia di masa depan.

b. Perbaikan Proses Bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang di jalankan oleh BSI dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Meski ada tantangan dalam hal penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena di kelola oleh satu Bank.

c. *Risk Management*

Pengelolaan BSI akan meminimalisir risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan. Keberhasilan Bank Mandiri saat ini yang berawal dari hasil merger empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa risiko perbankan

bisa di minimalisir jika ketiga bank syariah plat merah ini di gabungkan menjadi satu.

d. Sumber Daya Instansi

BSI akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi di bandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga professional dan bekerja dalam satu payung lembaga dengan visi dan misi yang searah.

e. Penguatan Teknologi Digital

Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang di usung oleh BSI dapat menjadi tolak ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis syariah dalam skala nasional. Dari segi teknologi, BSI membuat website serta aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile* berbasis online yang memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya.

Visi Bank Syariah Indonesia adalah “Top 10 Global Islamic Bank”

Misi Bank Syariah Indonesia, yaitu:

a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

Produk -Produk Bank Syariah Indonesia

a. Tabungan

Beragam produk tabungan sesuai prinsip syariah

- 1) BSI Tabungan Bisnis
- 2) BSI Tabungan Classic
- 3) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- 4) BSI Tabungan Easy Wadiah
- 5) BSI Tabungan Efek Syariah
- 6) BSI Tabungan Junior
- 7) BSI Tabungan Mahasiswa
- 8) BSI Tabungan Payroll
- 9) BSI Tabungan Pendidikan
- 10) BSI Tabungan Pensiun
- 11) BSI Tabungan Prima

- 12) BSI Tabungan Rencana
- 13) BSI Tabungan Simpanan Pelajar
- 14) BSI Tabungan Smart
- 15) BSI Tabungan Valas
- 16) BSI TabunganKu
- 17) BSI Tapenas Kolektif.

b. Haji dan Umroh

Beragam produk haji dan umrah unggulan

- 1) BSI Tabungan Haji Indonesia
- 2) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

c. Pembiayaan

Beragam produk pembiayaan sesuai syariah

- 1) Bilateral Financing
- 2) BSI Cash Collateral
- 3) BSI Distributor Financing
- 4) BSI Griya Hasanah
- 5) BSI Griya Konstruksi
- 6) BSI Griya Maburr
- 7) BSI Griya Simuda
- 8) BSI Griya Swakarya
- 9) BSI KPR Sejahtera
- 10) BSI KUR Kecil
- 11) BSI KUR Mikro

- 12) BSI KUR Super Mikro
  - 13) BSI Mitra Beragun Emas (*Non Qardh*)
  - 14) BSI Mitraguna Berkah
  - 15) BSI Multiguna Hasanah
  - 16) BSI Oto
  - 17) BSI Pensiun Berkah
  - 18) BSI Umrah
  - 19) Mitraguna Online.
- d. Investasi Beragam produk investasi sesuai syariah
- 1) Bancassurance
  - 2) BSI Deposito Valas
  - 3) BSI Reksa Dana Syariah
  - 4) Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel)
  - 5) Deposito Rupiah
  - 6) Referral Retail Brokerage
  - 7) SBSN Ritel.
- e. Transaksi
- Produk dan layanan untuk menunjang transaksi
- 1) BSI Giro Rupiah
  - 2) BSI Giro Valas
- f. Emas
- Produk Emas unggulan
- 1) BSI Cicil Emas 2)



2) BSI Gadai Emas.

g. Bisnis

Layanan bagi pelaku Usaha Kecil dan Mikro

1) Bank Guarantee Under Counter Guarantee

2) BSI Bank Garansi

3) BSI Cash Management

4) BSI Deposito Ekspor SDA

5) BSI Giro Ekspor SDA

6) BSI Giro Optima

7) BSI Giro Pemerintah

8) BSI Pembiayaan Investasi

9) Giro Vostro

10) Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank

11) Pembiayaan Yang Diterima (PYD).

h. Prioritas

1) BSI Prioritas

2) BSI *Private*

3) *Safe Deposit Box* (SDB)

## 2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 90 orang pengguna layanan BSI *Mobile*. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut.

a. Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, komposisi usia responden yang merupakan Nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI *Mobile* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 1.  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	21 – 25	12	13,33
2.	26 – 30	15	16,67
3.	31 – 35	39	43,33
4.	36 – 40	8	8,89
5.	41 – 45	9	10,00
6.	46 – 50	4	4,44
7.	51 – 56	3	3,33
Jumlah		90	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI *Mobile* yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 31 - 35 tahun (43,33%). Hal ini berarti bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI *Mobile* merupakan nasabah yang berada pada usia produktif.

b. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, jenis kelamin nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI *Mobile* yang terpilih menjadi responden diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4. 2.  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	56	62,22
2.	Laki-laki	34	37,78
,Jumlah		90	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI *Mobile* adalah perempuan (62,22%). Hal dikarenakan perempuan cenderung lebih selektif dalam memilih sebuah layanan termasuk BSI *Mobile*.

#### c. Pekerjaan

Berikut ini disajikan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan responden yang dikategorikan ke dalam 6 (enam) kategori yaitu:

Tabel 4. 3.  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	30	33,33
2.	Karyawan Swasta	14	15,56
3.	Karyawan BUMN/BUMD	15	16,67
4.	TNI / Polri	10	11,11
5.	Mahasiswa / Pelajar	5	5,56
6.	Lain-Lain	16	17,78
Jumlah		91	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai PNS yaitu 33,33%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI

*Mobile* adalah berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang memiliki penghasilan tetap.

d. Pendidikan Terakhir

Berikut ini pendidikan terakhir nasabah Bank BNI Syariah yang menggunakan BSI *Mobile*.

Tabel 4. 4.  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	5	5,56
2.	SMP	11	12,22
3.	SMA	15	16,67
4.	Diploma	16	17,78
5.	S1	34	37,78
6.	S2	9	10,00
7.	S3	-	-
Jumlah		90	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan S1 yaitu 37,78%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia KCP yang menggunakan BSI *Mobile* adalah orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan sebagai sarjana S1 dari berbagai bidang keahlian.

## B. Analisis Data

### 1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

#### a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* yang operasinya

menggunakan bantuan aplikasi *SPSS for windows* versi 25. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid apabila memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan dengan  $r$  tabel. Adapun  $r$  tabel yang ditentukan dalam uji validitas penelitian ini adalah sebesar 0,207. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5  
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	No. Item	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
1.	Promosi (X1)	x1.1	0,447	0,207	Valid
2.		x1.2	0,662	0,207	Valid
3.		x1.3	0,491	0,207	Valid
4.		x1.4	0,510	0,207	Valid
5.		x1.5	0,320	0,207	Valid
6.		x1.6	0,284	0,207	Valid
7.		x1.7	0,326	0,207	Valid
8.		x1.8	0,438	0,207	Valid
9.		x1.9	0,599	0,207	Valid
10.		x1.10	0,445	0,207	Valid
11.		x1.11	0,510	0,207	Valid
12.	Kualitas layanan (X2)	x2.1	0,686	0,207	Valid
13.		x2.2	0,443	0,207	Valid
14.		x2.3	0,497	0,207	Valid
15.		x2.4	0,385	0,207	Valid
16.		x2.5	0,208	0,207	Valid
17.		x2.6	0,671	0,207	Valid
18.		x2.7	0,562	0,207	Valid
19.		x2.8	0,516	0,207	Valid
20.		x2.9	0,635	0,207	Valid
21.		x2.10	0,268	0,207	Valid
22.		x2.11	0,750	0,207	Valid
23.		x2.12	0,477	0,207	Valid
24.	Keputusan Nasabah (Y)	y.1	0,439	0,207	Valid
25.		y.2	0,449	0,207	Valid
26.		y.3	0,317	0,207	Valid
27.		y.4	0,213	0,207	Valid
28.		y.5	0,857	0,207	Valid

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
29.		y.6	0,290	0,207	Valid
30.		y.7	0,857	0,207	Valid
31.		y.8	0,816	0,207	Valid
32.		y.9	0,680	0,207	Valid
33.		y.10	0,857	0,207	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada kuesioner memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada nilai  $r_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

#### b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas item terhadap variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno, 2017, hlm. 98). Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4. 5  
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Promosi (X1)	0,828	Reliabel
2.	Kualitas layanan (X2)	0,920	Reliabel
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	0,876	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 dimana untuk variabel Promosi (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,828, variabel Promosi (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,920, variabel Keputusan Nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,876. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *BSI Mobile*.

## 2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

### a. Deskriptif Statistik Variabel Promosi

Promosi ialah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk tersebut serta juga meyakinkan konsumen agar membeli atau menggunakan produk yang di promosikan tersebut (Rangkuti, 2013). promosi yang dimaksud dilakukan untuk memasarkan layanan *BSI Mobile* yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI).. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel p dapat dilihat padaromosi uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan informasi mengenai BSI *Mobile* melalui brosur”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 6  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mendapatkan informasi mengenai BSI *Mobile* melalui brosur”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	20,0
2.	Setuju	66	73,3
3.	Cukup Setuju	6	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.6 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 20%, setuju sebesar 73,3%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Saya mengenal BSI *Mobile* setelah menyaksikan iklan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:



Tabel 4. 7  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mengenal BSI *Mobile* setelah menyaksikan iklan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	30,0
2.	Setuju	41	45,6
3.	Cukup Setuju	22	24,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.7 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 45,6%, cukup setuju sebesar 24,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena pemberian hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 8  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik menyimpan dana di tabungan karena pemberian hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	31	34,4
2.	Setuju	55	61,1
3.	Cukup Setuju	4	4,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.8 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 34,4%, setuju sebesar 61,1%, cukup setuju sebesar 4,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menyimpan dana dibank karena bank sedang mengadakan promosi”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 9  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik menyimpan dana dibank karena bank sedang mengadakan promosi”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	37,8
2.	Setuju	45	50,0
3.	Cukup Setuju	11	12,2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.9 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,8%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 12,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada

nasabahnya secara langsung”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya secara langsung”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	30,0
2.	Setuju	53	58,9
3.	Cukup Setuju	10	11,1
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.10 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 58,9%, cukup setuju sebesar 11,1%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 11  
 Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	30,0
2.	Setuju	43	47,8
3.	Cukup Setuju	20	22,2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.11 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 47,8%, cukup setuju sebesar 22,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena publisitas yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain yang dilakukan bank”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 12

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena publisitas yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain yang dilakukan bank”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	32	35,6
2.	Setuju	53	58,9
3.	Cukup Setuju	5	5,6
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35,6%, setuju sebesar 58,9%, cukup setuju sebesar 5,6%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 13

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	33	36,7
2.	Setuju	46	51,1
3.	Cukup Setuju	11	12,2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.13 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 51,1%, cukup setuju sebesar 12,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “Katalog mengenai BSI *Mobile* sangat informatif”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 14  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Katalog mengenai BSI *Mobile* sangat informatif”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	31,1
2.	Setuju	41	45,6
3.	Cukup Setuju	21	23,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,1%, setuju sebesar 45,6%, cukup setuju sebesar 23,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan penawaran langsung melalui telpon dari pihak Bank”. Data yang diperoleh

dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 15  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mendapatkan penawaran langsung melalui telpon dari pihak Bank”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	32	35,6
2.	Setuju	54	60,0
3.	Cukup Setuju	4	4,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.15 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35,6%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 4,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 11) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan informasi mengenai BSI *Mobile* melalui internet”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 16  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mendapatkan informasi mengenai BSI *Mobile* melalui internet”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	37,8
2.	Setuju	45	50,0
3.	Cukup Setuju	11	12,2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.16 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,8%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 12,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

b. Deskriptif Statistik Variabel Kualitas Layanan

Kualitas Layanan berkaitan dengan bagaimana interaksi suatu lembaga dengan berbagi fasilitas yang mereka berikan kepada nasabahnya serta seberapa berpengaruhnya kepada keputusan nasabah untuk memilih menggunakan layanan *BSI Mobile* yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Untuk lebih jelasnya mengenai pendapat responden mengenai kualitas layanan disajikan pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Nasabah dapat dengan mudah bertransaksi menggunakan *BSI Mobile*”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 17

Jawaban responden terhadap pernyataan “Nasabah dapat dengan mudah bertransaksi menggunakan *BSI Mobile*”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	32,2
2.	Setuju	55	61,1
3.	Cukup Setuju	6	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.



Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.17 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,2%, setuju sebesar 61,1%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “BSI *Mobile* dapat digunakan selama 24 jam”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 18  
Jawaban responden terhadap pernyataan “BSI *Mobile* dapat digunakan selama 24 jam”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	28,9
2.	Setuju	44	48,9
3.	Cukup Setuju	20	22,2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.18 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,9%, setuju sebesar 48,9%, cukup setuju sebesar 22,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “BSI *Mobile* dapat digunakan dimanapun”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil

jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 19  
Jawaban responden terhadap pernyataan “BSI *Mobile* dapat digunakan dimanapun”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	42,2
2.	Setuju	39	43,3
3.	Cukup Setuju	13	14,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.19 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 42,2%, setuju sebesar 43,3%, cukup setuju sebesar 14,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Dengan menggunakan layanan BSI *Mobile* tidak perlu mengantri”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 20  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Dengan menggunakan layanan BSI *Mobile* tidak perlu mengantri”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	44,4
2.	Setuju	43	47,8
3.	Cukup Setuju	7	7,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.20 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 44,4%, setuju sebesar 47,8%, cukup setuju sebesar 7,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “BSI *Mobile* memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 21  
Jawaban responden terhadap pernyataan “BSI *Mobile* memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	41	45,6
2.	Setuju	39	43,3
3.	Cukup Setuju	10	11,1
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.21 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 45,6%, setuju sebesar 43,3%, cukup setuju sebesar 11,1%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Bank memberikan keamanan saat bertransaksi dengan layanan BSI *Mobile*”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 22  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Bank memberikan keamanan saat bertransaksi dengan layanan BSI *Mobile*”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	31,1
2.	Setuju	51	56,7
3.	Cukup Setuju	10	11,1
4.	Tidak Setuju	1	1,1
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.22 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,1%, setuju sebesar 56,7%, cukup setuju sebesar 11,1%, untuk jawaban tidak setuju hanya 1,1% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Bank menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan layanan BSI *Mobile*”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 23  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Bank menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan layanan BSI *Mobile*”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	28,9
2.	Setuju	58	64,4
3.	Cukup Setuju	5	5,6
4.	Tidak Setuju	1	1,1
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.23 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,9%, setuju sebesar 64,4%, cukup setuju sebesar 5,6%, untuk jawaban tidak setuju hanya 1,1% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Kualitas terhadap BSI *Mobile* ditanggapi dengan cepat”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 24  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Kualitas terhadap BSI *Mobile* ditanggapi dengan cepat”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	41	45,6
2.	Setuju	38	42,2
3.	Cukup Setuju	11	12,2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.24 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 45,6%, setuju sebesar 42,2%, cukup setuju sebesar 12,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “Nasabah dapat dengan mudah menghubungi BSI apabila terdapat keluhan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 25

Jawaban responden terhadap pernyataan “Nasabah dapat dengan mudah menghubungi BSI apabila terdapat keluhan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	32,2
2.	Setuju	57	63,3
3.	Cukup Setuju	4	4,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.25 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,2%, setuju sebesar 63,3%, cukup setuju sebesar 4,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “Tampilan aplikasi BSI *Mobile* didesain secara jelas, menarik dan informatif”. Data yang

diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 26  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Tampilan aplikasi BSI *Mobile* didesain secara jelas, menarik dan informatif”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	20,0
2.	Setuju	25	27,6
3.	Cukup Setuju	47	52,2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.26 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 20%, setuju sebesar 27,6%, cukup setuju sebesar 52,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 11) Distribusi frekuensi indikator “Animasi, grafik gambar tidak memperlambat proses inti dan tidak mengganggu saat menggunakan BSI *Mobile*”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 27

Jawaban responden terhadap pernyataan “Animasi, grafik gambar tidak memperlambat proses inti dan tidak mengganggu saat menggunakan BSI *Mobile*”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	33,3
2.	Setuju	52	57,8
3.	Cukup Setuju	8	8,9
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 57,8%, cukup setuju sebesar 8,9%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 12) Distribusi frekuensi indikator “Aplikasi BSI *Mobile* dapat diakses dengan cepat”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 28

Jawaban responden terhadap pernyataan “Aplikasi BSI *Mobile* dapat diakses dengan cepat”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	33	36,7
2.	Setuju	45	50,0
3.	Cukup Setuju	12	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.



Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.28 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 13,3%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 36,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

c. Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Nasabah

Adapun yang keterkaitan dengan keputusan, yang menyangkut semua keputusan yang dibuat secara di perhitungkan dan dipikirkan. Pengembalian keputusan sebagai wujud hasil pemikiran untuk menuntun jatuhnya pilihan yang akan dilakukan untuk beberapa pilihan yang tersedia. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel disajikan pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile*, karena keamanan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 29  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile*, karena keamanan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	31	34,4
2.	Setuju	55	61,1
3.	Cukup Setuju	4	4,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.29 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 34,4%, setuju sebesar 61,1%, cukup setuju sebesar 4,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Saya memilih BSI *Mobile* karena beroperasi sesuai dengan Syariat Islam”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 30  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memilih BSI *Mobile* karena beroperasi sesuai dengan Syariat Islam”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	31	34,4
2.	Setuju	41	45,6
3.	Cukup Setuju	18	20,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.30 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 34,4%, setuju sebesar 45,6%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena berbagai macam informasi yang saya dapatkan mengenai keunggulan BSI *Mobile*”. Data yang diperoleh dapat

dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 31  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik menggunakan BSI *Mobile* karena berbagai macam informasi yang saya dapatkan mengenai keunggulan BSI *Mobile*”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	37	41,1
2.	Setuju	40	44,4
3.	Cukup Setuju	13	14,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.31 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 41,1%, setuju sebesar 44,4%, cukup setuju sebesar 14,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan informasi mengenai BSI *Mobile* dari kerabat yang lebih dahulu menjadi nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 32

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mendapatkan informasi mengenai BSI *Mobile* dari kerabat yang lebih dahulu menjadi nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	32	35,6
2.	Setuju	54	60,0
3.	Cukup Setuju	4	4,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.32 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35,6%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 4,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “BSI *Mobile* menawarkan kemudahan bertransaksi”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 33

Jawaban responden terhadap pernyataan “BSI *Mobile* menawarkan kemudahan bertransaksi”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	23,3
2.	Setuju	54	60,0
3.	Cukup Setuju	15	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.33 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 23,3%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “BSI *Mobile* memiliki beragam transaksi yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 34  
Jawaban responden terhadap pernyataan “BSI *Mobile* memiliki beragam transaksi yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	22,2
2.	Setuju	50	55,6
3.	Cukup Setuju	20	22,2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.34 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 22,2%, setuju sebesar 55,6%, cukup setuju sebesar 22,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Saya memilih BSI *Mobile* sesuai dengan kebutuhan saya”. Data yang diperoleh dapat dilihat

berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 35  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memilih BSI *Mobile* sesuai dengan kebutuhan saya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	23,3
2.	Setuju	54	60,0
3.	Cukup Setuju	15	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.35 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 23,3%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Saya memilih BSI *Mobile* karena produk tabungannya berlandaskan hukum Islam”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 36  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memilih BSI *Mobile* karena produk tabungannya berlandaskan hukum Islam”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	25,6
2.	Setuju	54	60,0
3.	Cukup Setuju	13	14,4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.36 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 25,6%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 14,4%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “Saya merekomendasikan kepada teman saya untuk menggunakan BSI *Mobile*”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 37

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya merekomendasikan kepada teman saya untuk menggunakan BSI *Mobile*”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	37,8
2.	Setuju	44	48,9
3.	Cukup Setuju	12	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.37 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,8%, setuju sebesar 48,9%, cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “Saya tetap menggunakan BSI *Mobile* karena BSI *Mobile* memenuhi harapan serta kebutuhan saya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil

jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 38  
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tetap menggunakan BSI *Mobile* karena BSI *Mobile* memenuhi harapan serta kebutuhan saya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	23,3
2.	Setuju	54	60,0
3.	Cukup Setuju	15	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		90	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.38 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 23,3%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Santoso, 2014, hlm. 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini dengan metode One



sample *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengambil keputusan apakah data normal atau tidak maka cukup membaca pada nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed). Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 39  
Hasil Uji Normalitas

No.	Variabel	<i>Asymp. Sig (2 tailed)</i>	Keterangan
1.	Promosi (X1)	0,489	Normal
2.	Kualitas layanan (X2)	0,107	Normal
3.	Keputusan Nasabah (Y)	0,126	Normal

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Promosi (X1) sebesar 0,489. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel kualitas layanan (X2) sebesar 0,107. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel keputusan nasabah (Y) sebesar 0,126. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel

bebas. Ada tidaknya korelasi antar variabel tersebut dapat dideteksi dengan melihat nilai *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai  $VIF > 10$ , terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika  $VIF < 10$ , tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 40  
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Nilai <i>VIF</i>	Keterangan
Promosi (X1)	1.050	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas layanan (X2)	1,050	Tidak Terjadi Multikolinieritas

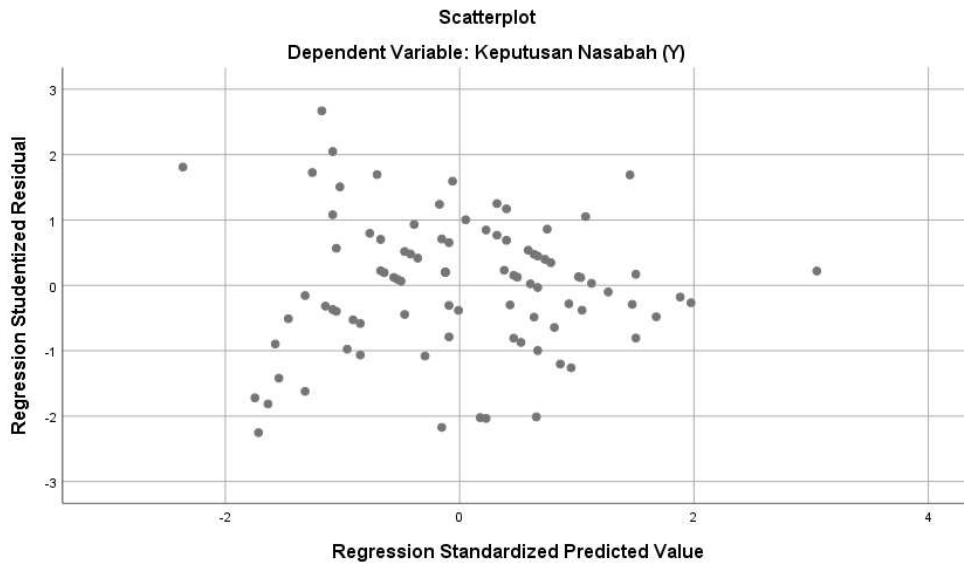
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada tabel 4.40, untuk mengetahui hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada *Variance Inflation Factor* (*VIF*) yaitu Promosi (X1) memiliki nilai VIP sebesar 1,050 dan Variabel Kualitas layanan (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,050. Menurut Ghozali apabila nilai  $VIF < 10$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi atau tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2017: 92).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian hetereskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel Promosi (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan nasabah (Y) menggunakan BSI *Mobile Bank* Syariah Indonesia. Pengujian homogenitas terhadap variabel penelitian digunakan uji heteroskedastisitas. Deteksi terhadap masalah heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik plot *Regresion*

*Standardized Predicted Value* dengan *Regression Studentised Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 4. 1  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Output Statistik 25, 2023

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan kata lain pada model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas, hal ini menunjukkan bahwa variasi data homogen.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu Promosi (X1) dan Kualitas layanan (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y) menggunakan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia dapat diketahui dengan melakukan pengujian menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh Promosi (X1) dan Kualitas layanan (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y) menggunakan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 41  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
		B	Std. Error	Beta							
1	(Constant)	7,390	4,115		1,796	0,053	0,673	0,454	0,441	36,11	0,000
	Promosi (X1)	0,387	0,078	0,405	5,853	0,000					
	Kualitas layanan (X2)	0,328	0,058	0,457	4,588	0,000					

Sumber: Hasil Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.34 di atas dapat diketahui bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh promosi dan kualitas layanan. Masing-masing variabel bebas yang terdiri dari promosi dan kualitas layanan tersebut memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,390 + 0,387 X_1 + 0,328 X_2$$

Angka 7,390 pada persamaan regresi berganda di atas berarti bahwa tanpa adanya promosi dan kualitas layanan, maka keputusan nasabah dalam

menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia adalah hanya sebesar 7,390.

Koefisien regresi variabel promosi bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara promosi dengan keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia. Artinya apabila promosi meningkat, maka keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kualitas layanan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas layanan dengan keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia. Artinya apabila kualitas layanan meningkat, maka keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia juga akan mengalami peningkatan.

Sedangkan untuk pengaruh variabel promosi dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia dapat dilihat pada tabel 4.41 di atas. Berdasarkan pada tabel 4.41 di atas khususnya pada kolom *Adjusted R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari promosi dan kualitas layanan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia yaitu sebesar 44,1% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi dan kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Hipotesis Pertama (Uji t)

Uji Hipotesis Pertama dilakukan dengan Uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia yaitu dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan signifikansi 95% ( $\alpha=0,05$ ), jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 42  
Hasil Uji t

No	Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig
1.	Promosi (X1)	4,987	1,662	0,000
2.	Kualitas Produk (X2)	5,621	1,662	0,000

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Pada tabel 4.42 menunjukkan nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel promosi (X1), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,987 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,662 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,987 > 1,662$ ) atau  $\text{sig } t < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), artinya terdapat pengaruh variabel promosi (X1) terhadap keputusan nasabah (Y) menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia.

- 2) Variabel Kualitas layanan (X2), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,621 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,662 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,621 > 1,662$ ) atau  $sig\ t < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), artinya terdapat pengaruh variabel kualitas layanan (X2) terhadap keputusan nasabah (Y) menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia.

Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H1 yang berbunyi:

H<sub>01</sub> : promosi dan kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia. (Ditolak)

H<sub>a1</sub> : promosi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia. (Diterima)

#### **b. Uji Hipotesis Kedua (Uji F)**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu promosi dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.43.

Tabel 4. 43  
Hasil Uji F

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>F<sub>hitung</sub></i>	<i>F<sub>tabel</sub></i>	<i>Sig</i>
0,673	0,454	0,441	37,178	3,10	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F (0,000) < Signifikansi  $\alpha$  (0,05), yaitu (0,000 < 0,05) atau dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (36,112 > 3,10). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari promosi dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile Bank Syariah Indonesia*. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile Bank Syariah Indonesia*. Dengan demikian maka hipotesis penelitian yakni H<sub>2</sub>, yang berbunyi:

H<sub>02</sub> : Promosi dan Kualitas Layanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile Bank Syariah Indonesia*. (Ditolak)

H<sub>a2</sub> : Promosi dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile Bank Syariah Indonesia*. (Diterima)



Berdasarkan pada hasil uji t dan uji F di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh promosi dan kualitas layanan baik secara parsial maupun secara simultan.

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan secara Parsial terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile*

Pengaruh secara parsial maksudnya adalah pengaruh dari promosi dan kualitas layanan secara sendiri-sendiri terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile* yang dianalisis menggunakan uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang terdiri dari promosi dan kualitas layanan memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Promosi memberikan pengaruh sebesar 0,387 terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile*. Dengan adanya tujuan promosi untuk memperkenalkan produk atau layanan yang dapat diberikan oleh BSI *Mobile*. Maka nasabah akan mengetahui adanya produk atau layanan tersebut, dan ketika ada kebutuhan terkait dengan produk atau layanan yang dapat diberikan oleh Bank. Nasabah akan mendatangi Bank untuk menggunakan produk atau layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Promosi adalah suatu teknik komunikasi yang telah dirancang untuk

menstimulasi seseorang untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan terasuk oleh Bank. Untuk itu maka dengan adanya promosi maka akan mendukung adanya keputusan menabung yang dilakukan oleh nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Taslim (2020) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung.

Kualitas layanan memberikan pengaruh sebesar 0,328 terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan *BSI Mobile*. Jika proses kualitas layanan itu terjadi berulang-ulang, berkelanjutan dan dipupuk secara terus menerus maka akan memberikan kepuasan pada pelanggan sesuai harapan. Untuk itu diperlukan upaya yang lebih dimana perusahaan melihat lebih jauh ke depan, tidak hanya sekedar memberikan kepuasan kepada pelanggan tetapi juga menciptakan pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan. Menurut Assauri, lembaga keuangan yang berhasil dalam perannya pada layanan nasabah (*customer service*) yang dapat memberikan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) dan loyalitas nasabah (*customer loyalty*). Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pembentukan dan pembinaan kualitas layanan organisasi melalui layanan prima (Purnomo, 2017, hlm. 36). Parasuraman (2001, hlm. 41-50) juga menemukan hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas layanan dengan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

## **2. Pengaruh Promosi dan Kualitas layanan secara Simultan terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile***

Pengaruh secara simultan maksudnya adalah pengaruh secara bersama-sama dari variabel bebas yang terdiri dari promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile* yang dianalisis menggunakan Uji F.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ , yang berarti bahwa secara simultan atau bersama-sama promosi dan kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,441 yang bermakna bahwa 44,1% keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile* ditentukan oleh promosi dan kualitas layanan, sedangkan sisanya yakni 55,9% ditentukan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile* aspek yang perlu diperhatikan adalah promosi dan kualitas layanan yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia khususnya melalui aplikasi BSI *Mobile*, karena semakin tinggi layanan yang diberikan oleh pihak bank, maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile*. Begitu pula dengan promosi, semakin gencar pihak Bank syariah Indonesia dalam mempromosikan BSI *Mobile* maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI *Mobile*.