



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN *BSM MOBILE BANKING* (STUDI KASUS PENGGUNA BANK SYARIAH MANDIRI *MOBILE BANKING* DI JABODETABEK)

DISUSUN OLEH:
VINNY FEBIYANTI
NIM. 4417020045

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Program Studi Sarjana Terapan Keuangan Dan Perbankan Syariah
Jurusan Akuntansi
Politeknik Negeri Jakarta
Januari 2021**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN *BSM MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS PENGGUNA BANK SYARIAH MANDIRI *MOBILE*
BANKING DI JABODETABEK)**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan pada Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan
Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

DISUSUN OLEH:

VINNY FEBIYANTI

NIM. 4417020045

**Program Studi Sarjana Terapan Keuangan Dan Perbankan Syariah
Jurusan Akuntansi
Politeknik Negeri Jakarta
Januari 2021**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Skripsi ini telah saya kutip dan saya tujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Vinny Febriyanti

NIM : 4417020045

Tanda Tangan



Tanggal : 26 Agustus 2021

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Vinny Febriyanti
NIM : 4417020045
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing*, *Perceived Quality*, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BSM *Mobile Banking* (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Mandiri *Mobile Banking* di Jabodetabek)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rahmanita Vidyasari S.T., M.T. ()

Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. ()


DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal :

Ketua Jurusan Akuntansi




D. Sabar Warsini, S.E., M.M.
NIP. 196404151990032002



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Vinny Febriyanti
Nomor Induk Mahasiswa : 4417020045
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing*, *Perceived Quality*, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BSM *Mobile Banking* (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Mandiri *Mobile Banking* di Jabodetabek)

Disetujui oleh:

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.
NIP. 196206081991032001

Fatimah, S.E., M.M.
NIP. 196312231992022001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua Program Studi

Ida Syafrida, S.E., M. Si.
NIP. 197602042005012001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vinny Febriyanti
NIM : 4417020045
Program Studi : Keuangan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Digital Marketing, Perceived Quality, dan Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BSM Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Mandiri Mobile Banking di Jabodetabek)

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 26 Agustus 2021

Yang Menyatakan

Vinny Febriyanti
NIM: 4417020045



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya berupa kesempatan dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Digital Marketing, Perceived Quality, dan Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BSM Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Mandiri Mobile Banking di Jabodetabek)”** guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak)

Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari masukan arahan, dukungan, serta bimbingan yang diberikan oleh banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S. E., M.M., selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Ibu Ida Syafrida, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Sarjana Terapan Keuangan Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan dan masukan yang bermanfaat demi terselesainya Skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Fatimah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan dan masukan yang bermanfaat demi terselesainya Skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar jurusan Akuntansi terkhusus dosen pengajar Program Studi Keuangan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
7. Teristimewa Orangtua tercinta, Ibuku terhebat, Ibu Suhartini yang telah merawat, mendidik, memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan mendalam, serta iringan doa yang tiada henti-hentinya beliau panjatkan untuk kesuksesan penulis sehingga penulis dapat menempuh pendidikan sampai saat ini.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Kedua Kakakku tersayang, Kak Ratih dan Kak Nanda yang selalu mendoakan dan memberikan banyak dukungan moril dan materil tanpa henti kepada penulis.
9. Chaerunnisa Fajri teman sebangku selama masa perkuliahan yang menjadi pengingat dan saling membantu tugas harian selama masa perkuliahan.
10. Hardina, Aida, Fatimah, Defi dan teman-teman kelas KPS 8B dan 8A lainnya sebagai teman-teman seperjuangan yang saling membantu dan menyemangati selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman sepermagangan, Zulfa, Bang Ardi, Hardi, Ardiansyah, dan Faisal yang selalu bekerjasama, membantu dan menjadi teman berbagi cerita.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan semangat tiada henti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 26 Agustus 2021

Penulis

Vinny Febriyanti

NIM: 4417020045



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Vinny Febriyanti

Keuangan Perbankan Syariah

Pengaruh *Digital Marketing*, *Perceived Quality*, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking* (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Mandiri *Mobile Banking* di Jabodetabek)

ABSTRAK

Memasuki revolusi industri 4.0 teknologi digital berkembang pesat menghinggapi seluruh lini kehidupan masyarakat. Teknologi digital juga memasuki industri perbankan untuk memberikan layanan yang cepat dan akurat. Salah satu teknologi perbankan yaitu *Mobile Banking* kini diluncurkan oleh bank-bank di Indonesia yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Bank syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Mandiri mengeluarkan layanan BSM *Mobile Banking* pada tahun 2007. Namun, data menunjukkan angka pengguna BSM *Mobile Banking* masih sedikit yaitu 973.000 pengguna dan terpaut jauh dari jumlah nasabah BSM secara nasional yang sudah mencapai 8.000.000 nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital marketing*, *perceived quality*, dan *word of mouth* terhadap keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna BSM *Mobile Banking* di Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, *digital marketing*, *perceived quality*, dan *WOM* memiliki pengaruh positif signifikan dalam mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking*. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki implikasi untuk Bank Syariah Mandiri sebagai acuan tambahan dalam meningkatkan keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking* seperti meningkatkan promosi dan edukasi di media sosial, meningkatkan kualitas sistem dan menyebarkan informasi kepada masyarakat luas agar semakin mengetahui layanan ini.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Perceived Quality*, *Word of Mouth*, Keputusan Menggunakan BSM *Mobile Banking*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Vinny Febriyanti

Keuangan Perbankan Syariah

The Influence of Digital Marketing, Perceived Quality and Word of Mouth on Customer Decisions to Used BSM Mobile Banking (Case Study of Bank Syariah Mandiri Mobile Banking User in Jabodetabek)

ABSTRACT

Entering the industrial revolution 4.0, digital technology is growing rapidly in all aspects of people's lives. Digital technology also entered the banking industry to provide fast and accurate services. One of the banking technologies, namely Mobile Banking, has launched by banks in Indonesia, which caused increasingly fierce competition. The largest Islamic bank in Indonesia, Bank Syariah Mandiri, issued BSM Mobile Banking services in 2007. However, data shows that the number of BSM Mobile Banking users is still small that is 973,000 which far from the number of BSM customers nationally that has reached 8,000,000 customers. This study aims to analyze the effect of digital marketing, perceived quality, and word of mouth on customers decisions using BSM Mobile Banking. The data analysis technique in this study is multiple linear regression using a questionnaire as an instrument to take a sample of 100 respondents who are users of BSM Mobile Banking in Jabodetabek. The results of the study show that partially and simultaneously, digital marketing, perceived quality and word of mouth have a significant positive influence in influencing customer decisions to use BSM Mobile Banking. The results of this study are expected to have implications for Bank Syariah Mandiri as an additional reference in improving customer decisions using BSM Mobile Banking such as increasing promotions and education on social media, improving system quality and spreads information to the wider community so that they are more aware of this services.

Keywords: Digital Marketing, Perceived Quality, Word of Mouth, Customer Decision to Used BSM Mobile Banking



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI..... | v |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK..... | ix |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 11 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 12 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 12 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 15 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 15 |
| 2.1.1. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)..... | 15 |
| 2.1.2. <i>Digital Marketing</i> | 17 |
| 2.1.2.1. Pengertian <i>Digital Marketing</i> | 17 |
| 2.1.2.3. Dimensi <i>Digital Marketing</i> | 18 |
| 2.1.2.4. Kelebihan dan kekurangan <i>digital marketing</i> | 20 |
| 2.1.3. <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)..... | 21 |
| 2.1.3.1. Pengertian | 21 |
| 2.1.3.2. Dimensi <i>Perceived Quality</i> | 22 |
| 2.1.4. <i>Word of Mouth (WOM)</i> | 23 |
| 2.1.4.1. Pengertian | 23 |
| 2.1.4.2. Dimensi <i>Word of Mouth</i> | 25 |
| 2.1.5. Keputusan Menggunakan | 26 |



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

| | |
|---|-----------|
| 2.1.5.1. Pengertian Keputusan..... | 26 |
| 2.1.5.2. Dimensi Keputusan Menggunakan | 27 |
| 2.1.5.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah..... | 29 |
| 2.1.6. <i>Mobile Banking</i> | 30 |
| 2.1.6.1. Pengertian <i>Mobile Banking</i> | 30 |
| 2.1.6.2. Manfaat <i>Mobile Banking</i> | 31 |
| 2.1.6.3. Kekurangan <i>Mobile Banking</i> | 32 |
| 2.1.6.4. Fitur BSM <i>Mobile Banking</i> | 32 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 33 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran..... | 35 |
| 2.4. Hipotesis | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 37 |
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 37 |
| 3.2. Objek Penelitian | 37 |
| 3.3. Metode Pengambilan Sampel | 37 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian | 39 |
| 3.5. Metode Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.6. Definisi Operasionalisasi Variabel..... | 40 |
| 3.7. Metode Analisis Data | 43 |
| 3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner | 43 |
| 3.7.2. Uji Asumsi Klasik..... | 44 |
| 3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda | 45 |
| 3.7.4. Uji Hipotesis | 45 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 47 |
| 4.1. Hasil Penelitian | 47 |
| 4.2. Deskripsi Karakteristik Responden..... | 47 |
| 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Data Hasil Penelitian | 50 |
| 4.4. Uji Asumsi Klasik | 51 |
| 4.4.1. Uji Normalitas..... | 51 |
| 4.4.2. Uji Multikolinieritas | 52 |
| 4.4.3. Uji Heteroskedastisitas | 53 |
| 4.5. Uji Regresi Linier Berganda..... | 53 |
| 4.6. Uji Hipotesis | 55 |



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| 4.6.1. | Uji T (Parsial) | 55 |
| 4.6.2. | Uji F (Simultan) | 55 |
| 4.6.3. | Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 56 |
| 4.7. | Pembahasan | 57 |
| BAB V | PENUTUP | 62 |
| 5.1. | Kesimpulan | 62 |
| 5.2. | Saran | 62 |
| 5.3. | Implikasi Manajerial | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 63 |
| LAMPIRAN | | 67 |





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 34 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 39 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel | 40 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas | 50 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas | 51 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 54 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji T | 55 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji F..... | 56 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 56 |





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Persentase Pengguna BSM <i>Mobile Banking</i> karena <i>WOM</i> | 9 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 35 |
| Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 48 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 48 |
| Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 49 |
| Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal | 49 |
| Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas | 52 |
| Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 53 |





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki revolui industri 4.0, teknologi digital semakin berkembang pesat menghinggapi seluruh lini kehidupan masyarakat dunia. Jarak antar wilayah dan segala sekat kini tidak akan menghalangi segudang aktivitas manusia. Teknologi digital menjadi modal penting bagi para pelaku industri, termasuk industri perbankan. Semakin tingginya persaingan di industri jasa keuangan, mendorong perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah berbasis digital. Perbankan harus terus berinovasi dan mengembangkan *digital banking* agar dapat mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru, terutama generasi milenial atau kalangan modern yang biasa disebut *tech savvy*.

Dewasa ini, industri perbankan dunia meluncurkan layanan *digital banking*, salah satunya berupa *mobile banking* yang terus berkembang memberikan pelayanan yang nyaman dan cepat. Menurut (Alalwan, 2017) investasi sebesar 15 Miliar USD telah dilakukan secara global terhadap teknologi perbankan dan diperkirakan oleh sejumlah ahli akan terus dimanfaatkan secara massal. Pengguna *mobile banking* juga diprediksi akan melampaui saluran perbankan lainnya (Teo, Tan & Cheah et al., 2012). Mwange (2011) dalam (Zalloum, Alghadeer & Nursairat, 2019) mengatakan *Mobile Banking* dapat meningkatkan kinerja pelayanan bank, meningkatkan pangsa pasar dan kepuasan nasabah. *M-banking* juga memungkinkan bank untuk lebih mudah meluaskan produk dan layanannya, menanggapi permintaan pelanggan yang mengarah pada peningkatan retensi pelanggan, meningkatkan keuntungan dan menurunkan biaya operasional.

Fasilitas layanan *mobile banking* yang diberikan bank menjadi perhatian perbankan di dunia termasuk Indonesia dalam bersaing meraih pangsa pasar. Dengan kecanggihan internet, layanan transaksi bank ini bisa lebih mudah diakses secara cepat, luas dan akurat. *Mobile Banking* memberikan banyak manfaat untuk nasabah dalam bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Hadirnya layanan *m-banking* mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang memiliki mobilitas



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang tinggi hanya dengan satu genggaman, sekali sentuhan serta kecepatan per detik. Dalam perkembangannya, layanan berbasis internet ini pun ikut dimanfaatkan perbankan syariah. Beberapa diantaranya adalah, Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah, BCA Syariah, Bank Mega Syariah dan yang lainnya. Perbankan syariah kian berlomba menyediakan fasilitas layanan ini sehingga menyebabkan ketatnya persaingan dalam mendapatkan nasabah dan mempertahankan kesetiaan untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Bank Syariah terbesar di Indonesia dengan total asset Rp 114,4 Triliun, yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM) telah meluncurkan layanan BSM *Mobile Banking* pada tahun 2007. Aplikasi BSM *Mobile Banking* tidak hanya melayani transaksi perbankan tetapi juga melayani kebutuhan ibadah umat islam seperti pengingat waktu sholat, lokasi masjid terdekat dan fitur pembayaran zakat, infak, shodaqoh dan wakaf. Pengembangan aplikasi BSM *Mobile Banking* juga telah meningkatkan pendapatan berbasis *fee* (FBI) sebesar 21,45%, yang semula 792 Miliar per triwulan III 2018 menjadi 962 Miliar pada triwulan III 2019.

Data menyebutkan jumlah pengguna BSM *Mobile Banking* pada tahun 2019 berjumlah 588.000 pengguna, dengan jumlah transaksi mencapai 1.016.000 kali. Tahun 2020, angka tersebut meningkat mencapai 973.000 pengguna, dengan jumlah transaksi sebanyak 2.293.000 kali. Data tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah pada BSM *Mobile Banking* kian membaik. Peningkatan ini juga dikarenakan inovasi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri.

Namun 973.000 pengguna tersebut masih relatif rendah jika dibandingkan dengan jumlah nasabah BSM secara nasional yang sudah mencapai angka 8.000.000 nasabah. Hal ini sejalan dengan harapan Project Manajer BSM, Iman Himawan yang mengharapkan jumlah nasabah pengguna *m-banking* bisa terus bertambah sehingga menaikkan jumlah transaksi setiap harinya dan membuat nasabah yang datang ke kantor berkurang mengingat pandemi penyebaran virus *covid-19* masih melanda Indonesia dan dunia yang tidak diketahui kapan akan berakhirnya. Hal ini menjadi masalah cukup besar bagi BSM untuk menambah jumlah nasabah yang mendownload dan menggunakan *m-banking* dalam transaksi setiap harinya apalagi dimasa pandemi.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mengumumkan bahwa hasil survei pengguna internet di Indonesia periode 2019 - kuartal II 2020 naik menjadi 73,7% dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna dari populasi 266,9 juta jiwa. Survei ini menggambarkan ada kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 8,9% atau setara 25,5 juta pengguna. *Mobile smartphone* pun menjadi perangkat *favorite* pengguna internet di Indonesia dengan persentase mencapai 95,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat aktif menggunakan internet lewat *handphone* dan membuat jumlah target pasar (*market share*) bagi perbankan khususnya pengguna baru *Mobile Banking* bisa meningkat. Berdasarkan jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 73,7% dari populasi, peneliti melihat bahwa Bank Syariah Mandiri masih memiliki peluang yang besar untuk menggaet masyarakat agar dapat menggunakan BSM *Mobile Banking*. Apalagi internet saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam penentuan keputusan pembelian konsumen.

Penyebab masih kurangnya pengguna BSM *Mobile Banking* ialah banyak nasabah yang hanya memiliki rekening di bank tetapi tidak memiliki *mobile banking*. Nasabah juga masih banyak yang melakukan transaksi secara manual dengan antri di Bank atau ATM. Faktor lainnya adalah walaupun nasabah mempunyai fasilitas *mobile banking* tetapi tidak pernah memanfaatkannya dikarenakan kurangnya informasi mengenai manfaat, kemudahan dan pengoperasian sistem sehingga terkesan rumit dan membuat nasabah kesulitan mengoperasikannya (Rahayu, 2016). Banyaknya pesaing dari perbankan nasional lainnya yang menawarkan fitur jasa serupa dan tak kalah menarik membuat nasabah mempunyai banyak pilihan untuk tempat bertransaksi. Apalagi bank konvensional yang sudah bertahan lebih lama, menjadi saingan yang cukup kuat untuk *m-banking* syariah.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengguna *Mobile Banking*

| Bank | Pengguna m-banking | Nasabah | Persentase |
|------|--------------------|------------|------------|
| BSM | 973.000 | 8.000.000 | 12% |
| BNIS | 841.414 | 3.678.429 | 23% |
| BCA | 15.000.000 | 25.000.000 | 60% |

Sumber: Data diolah, 2021



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa persentase perbandingan jumlah pengguna *m-banking* PT Bank Syariah Mandiri jauh lebih sedikit dari bank BNI Syariah. Walaupun jumlah nasabah BSM lebih dari BNIS, namun pengguna *m-banking* BNIS hampir menyusul sehingga persentasenya lebih besar dari BSM. Sedangkan Bank BCA sebagai bank konvensional telah memiliki nasabah dan pengguna *m-banking* terbesar di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan antar bank untuk melayani nasabah dengan teknologi inovatif *m-banking* sangat ketat. Dalam hal ini, berdasarkan penelitian pendahuluan yang peneliti lakukan, BSM harus meningkatkan kualitas layanan, promosi dan *WOM* yang beredar untuk menambah informasi masyarakat terhadap keberadaan BSM *Mobile Banking*.

Jumlah pengguna *m-banking* yang cukup kecil daripada jumlah nasabah juga disebabkan oleh banyaknya nasabah yang belum mengetahui cara mendownload aplikasi ini. Diketahui dari salah satu channel *digital marketing* BSM yaitu instagram @banksyariahamandiri terdapat beberapa data bahwa banyak sekali nasabah yang bertanya didalam postingannya terkait cara mendownload dan aktivasi *m-banking*. Pertanyaan yang sering muncul dari nasabah adalah “Bisakah saya download sendiri?”, “Apakah saya harus ke kantor?”. Beberapa nasabah pun berencana untuk membuka rekening bank mandiri syariah dan bertanya apakah bisa secara *online*. Hal ini mengindikasikan ketidaktahuan nasabah akan hal tersebut sangat tinggi.

Di Indonesia, market share perbankan syariah menurut data OJK (2020) masih cukup rendah yaitu 6,18%, sedangkan bank konvensional sudah mencapai 93,82%. Hal ini menjadi tantangan bagi bank syariah dalam literasi syariah untuk bisa menarik nasabah dan meningkatkan pangsa pasar mereka dengan kemudahan yang ditawarkan *mobile banking* syariah.

Tahun 2020 hingga saat ini, seluruh dunia termasuk Indonesia masih dilanda pandemi *covid-19* yang tidak hanya berdampak pada masyarakat dari aspek kesehatan saja, namun juga terhadap aspek perekonomian. Industri perbankan tentunya juga terkena dampak yang signifikan. Dampak pandemi tersebut bukan hanya dari segi operasional bank, tetapi juga pada model pemasarannya yang mulai menggunakan *digital marketing*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Menurut Firman (2020), semakin masifnya perangkat teknologi informasi menyebabkan perubahan praktik-praktik pemasaran industri bisnis. Kanal media digital seperti *website, youtube, whatsapp, instagram, facebook, twitter*, dan lainnya kini berlomba-lomba untuk bisa menyediakan sarana komunikasi secara utuh. Hal ini menguntungkan para penggiat bisnis baik itu individu maupun *corporate*, termasuk perbankan dalam menggunakan *digital marketing* yang nantinya perangkat media sosial ini akan menyediakan fasilitas untuk menampilkan produk secara lengkap.

Mobile Banking sendiri menjadi andalan nasabah untuk bertansaksi dan menjadi penyelamat disaat pandemi yang mengharuskan masyarakat agar tetap dirumah (*stay at home*). Apalagi *m-banking* kini juga menghadirkan fitur baru untuk nasabah baru. Mereka bisa membuat rekening baru secara *online* hanya lewat *m-banking* tersebut. Teknologi digital ini sangat diandalkan oleh perbankan untuk meningkatkan pelayanannya kepada nasabah. Sangat pentingnya pengembangan digital pun menjadi perhatian besar bagi bank di Indonesia. Kini bank semakin aktif berlomba memasarkan fitur digitalnya terutama *Mobile Banking* melalui kanal *digital marketing* nya.

Dalam penelitian (Anggara, 2015) disimpulkan bahwa salah satu factor penghambat nasabah belum menggunakan layanan *m-banking* adalah keterbatasan informasi. Kurangnya informasi mengenai keutamaan *m-banking* membuat para nasabah enggan untuk menggunakannya karena mereka beranggapan ada banyak risiko yang harus ditanggung. Oleh sebab itu, penawaran, promosi dan sosialisasi harus dilakukan pihak bank agar dapat memaksimalkan pelayanannya dan berdampak pada peningkatan *fee based income*. Promosi *mobile banking* akan memberikan implikasi langsung terhadap konsumen untuk mengadopsi teknologi bank ini.

Jumlah pengguna internet yang meningkat menjadi peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan produk dan jasanya. *Digital marketing* dapat membantu pemasaran dengan lebih efektif, respon yang lebih cepat dan biaya yang lebih murah. Penyebaran informasi yang lebih cepat diterima oleh pelanggan akan meningkatkan penjualan sehingga mencapai target perusahaan. Menurut (Siyal, Donghong, dan Umrani, 2019) dalam penelitiannya di Bank China, konsep *digital*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

marketing yang didesain dengan baik mengenai layanan dan manfaat *m-banking* akan mendorong nasabah untuk menggunakannya. Dengan *campaign* bahwa penggunaan *m-banking* dapat memenuhi kebutuhan transaksi harian nasabah, mengurangi tenaga, biaya, waktu serta lebih menguntungkan daripada penggunaan bank secara tradisional dapat menyadarkan nasabah secara langsung. Penggunaan media sosial dengan materi berbasis visual yang berfokus pada pelanggan untuk menarik pengguna baru seperti video tutorial, informasi produk dan layanan tambahan dengan konten menarik akan meningkatkan kesadaran fungsi teknologi untuk menggunakan *mbanking*. Penelitian yang dilakukan (Rahayu, 2016) menyimpulkan bahwa informasi yang tinggi tentang manfaat, pengoperasiannya, dan kemudahan *Mobile Banking* akan meningkatkan minat menggunakannya. Pemasaran menjadi sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat (Kasmir, 2004). Salah satu tujuan dari pemasaran bank yaitu memaksimalkan konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan. Maka bank harus lebih gencar dalam memasarkan fasilitas *m-banking* ini agar masyarakat lebih berminat dan segera memutuskan untuk menggunakan fasilitas ini.

Dari penelitian pendahuluan yang peneliti lakukan di Bank Syariah Mandiri, diperoleh informasi bahwa alat promosi yang selama ini dilakukan untuk menawarkan produk layanan *BSM Mobile Banking* yaitu pemasaran langsung (*direct marketing*) dan periklanan (*advertising*). Pemasaran langsung yang dilakukan yaitu dengan cara *face to face selling* dan *digital marketing*. Pihak *Customer Service* biasanya akan menawarkan langsung kepada para nasabah (*face to face selling*) untuk mendownload aplikasi *BSM Mobile Banking* setelah pembukaan rekening baru. Hal tersebut dilakukan agar nasabah bisa segera melakukan pendaftaran dan aktivasi sehingga bisa langsung digunakan. Selain itu *digital marketing* juga digunakan BSM, apalagi di masa pandemi *covid-19* agar bisa menjangkau masyarakat luas dan fokus pada pemberian informasi produk. Terdapat website resmi dan postingan digital di media sosial untuk mempromosikan *mobile banking* agar nasabah mudah mengenal fitur-fitur dan keunggulan lainnya. Sedangkan alat promosi periklanan yang telah dilakukan pihak bank yaitu iklan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pada televisi, brosur, papan reklame dan TVC (*Television Commercial*) di cabang-cabang BSM.

Namun, promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri belum mampu bersaing dengan bank konvensional lainnya dalam hal penjualan produk *mobile banking*. Sehingga menyebabkan jumlah pengguna BSM *Mobile Banking* masih sangat jauh dari jumlah nasabah BSM secara nasional, yaitu baru mencapai 12% pengguna.

Layanan *m-banking* pada Bank Syariah Mandiri terus mengalami kemajuan dan peningkatan. Bank Syariah Mandiri terus mengoptimalkan sistem pada layanan *m-banking* seperti menambah fitur-fitur terbaru untuk lebih memudahkan nasabahnya bertransaksi. Namun karena adanya peningkatan dan perbaikan pada layanan, kendala dalam pemakaian layanan *m-banking* masih kerap terjadi, salah satunya karena kurangnya jaringan sehingga mengakibatkan putusnya jaringan ketika akan memakai layanan.

Hasil wawancara pada penelitian pendahuluan yang dilakukan kepada Annisa dan beberapa nasabah pengguna *m-banking* BSM, menyimpulkan bahwa banyak hal positif yang dirasakannya. Namun banyak juga hal negatif yang mereka alami seperti sistem *m-banking* yang *offline* saat transaksi, fitur *m-banking* yang belum selengkap yang dimiliki bank konvensional, dan harus membayar biaya admin tambahan. Hal ini membuat mereka enggan untuk menggunakan BSM *Mobile Banking*. Pengaduan di BSM juga semakin meningkat sejak tiga tahun terakhir, dan pada tahun 2020 mencapai 23.379 pengaduan.

Dalam layanan *mobile banking*, kualitas pelayanan sangat mempengaruhi seorang nasabah bisa mengadopsi teknologi tersebut. Menurut Adewoye (2013) dalam (Zalloum et al., 2019) ketika bank memberikan layanan yang berkualitas melalui *mobile banking*, bank mampu menarik nasabah baru sekaligus mempertahankan nasabah yang sudah ada, membantu menyelesaikan masalah, mengurangi keluhan dan menangani pelanggan. Pada pembuatan keputusan pembelian persepsi kualitas dari pelayanan menjadi acuan utama. Kualitas pelayanan bertujuan memberikan kemudahan bagi konsumen. Dalam proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan berhubungan dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

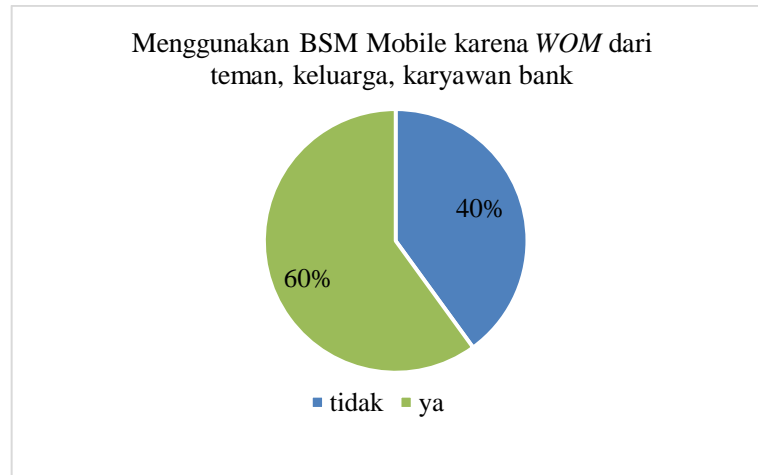
mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya jika memberikan pelayanan yang memuaskan (Permatasari, 2017). Pelayanan yang baik menjadi misi utama di sektor perbankan dimana kepuasan konsumen menjadi utama.

Respon konsumen terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan dapat diketahui oleh pemasar digital, yaitu dari adanya komentar, informasi atau testimoni dari pelanggan. Hal tersebut dapat menciptakan komunikasi yang baik dan mempererat hubungan pelanggan serta menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen karena merasa diperhatikan. Ketika kepuasan dirasakan oleh konsumen, maka konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain.

Rekomendasi dapat dilakukan melalui media sosial atau dari *Word of Mouth* (*WOM*) yang bersumber dari pribadi atau *impersonal*. Sumber pribadi yaitu teman, kerabat dan komunikasi tatap muka dengan para ahli. Sumber impersonal berasal dari komentar konsumen, ahli, jurnalis di media seperti televisi, forum online dan lainnya (Almossawi, 2015). Komunikasi *Word of Mouth* dilakukan para individu untuk bertukar informasi terutama tentang hal-hal yang bagus sehingga dapat mempengaruhi keputusan nasabah dan membuat bisnis menjadi sukses (Supranto & Limakrisna, 2011). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan *Onbee Marketing Research* bekerjasama dengan Majalah SWA (2009) yang membuktikan bahwa tingkat *WOM Conversation* sebesar 85% dan menjadikan *WOM* sebagai sumber informasi untuk mengubah keputusan sebesar 67%. Oleh sebab itu, efek *WOM* ini sangat besar pengaruhnya dan membuat banyak pemasar telah memanfaatkannya karena berasal dari sumber terpercaya. Perusahaan diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik dan menjawab setiap permasalahan pelanggan sehingga membuat *feedback* berupa komentar dan informasi dari mulut ke mulut yang baik pula.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.1 Persentase pengguna BSM *Mobile Banking* yang tertarik menggunakan BSM *Mobile Banking* karena WOM

Sumber: Data diolah, 2021

Peneliti melakukan pra survey pada bulan Januari 2021 kepada 30 responden pengguna BSM *Mobile Banking* untuk mencari tau WOM yang beredar. Hasil penelitian pendahuluan diperoleh bahwa banyak nasabah tertarik menggunakan BSM *Mobile Banking* karena mendapatkan informasi dari mulut ke mulut (WOM) mengenai kemudahan yang ditawarkan, mendapat ajakan dan tawaran untuk menggunakan layanan inovatif ini dari teman, keluarga, atau karyawan bank saat pembukaan rekening. Karena mendapat informasi dan ajakan dari orang yang dipercaya, maka nasabah tertarik untuk menggunakan layanan BSM *Mobile Banking*.

Dari penelitian pendahuluan yang peneliti lakukan dapat disimpulkan, di tahun 2020 hingga saat ini pandemi *covid-19* masih melanda dunia. Hal ini menuntut industry bisnis termasuk perbankan untuk meningkatkan pemasaran produk dan jasanya menggunakan teknologi agar bisa bersaing dan mencakup masyarakat lebih luas. Diperoleh informasi bahwa BSM memanfaatkan *digital marketing* sebagai sarana promosi *m-banking* karena pandemi *covid-19* yang masih melanda Indonesia. Namun, pengguna BSM *Mobile Banking* hanya sebesar 12% dari jumlah nasabah BSM secara nasional. Selain itu, masalah *perceived quality* masih ditemukan karena terdapat nasabah yang mengalami gangguan dan kesulitan saat mengakses. Masih kurangnya informasi mengenai cara mendownload *Mobile*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Banking, pembukaan rekening online dan aktivasinya membuat BSM berusaha menggunakan *WOM online* atau *offline*. BSM menganjurkan para karyawan mereka untuk mengajak relasinya menabung di Bank Syariah Mandiri dan menggunakan *m-banking* nya. Nasabah juga dapat menuliskan berbagai pengalaman mereka mengenai BSM *Mobile Banking* di internet. Namun, masih ditemukan banyak nasabah yang belum menggunakan layanan ini dan mengeluhkan kualitas BSM *Mobile Banking* di internet. Diduga hal yang dipaparkan diatas dapat mempengaruhi keputusan nasabah lain sehingga belum memutuskan untuk mendownload dan menggunakannya. Berdasarkan penelitian pendahuluan tersebut menarik nasabah untuk mengangkat variabel *digital marketing*, *perceived quality*, dan *word of mouth* terhadap keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking*.

Penelitian terdahulu tentang keputusan menggunakan *m-banking* telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian Muthia (2018) dengan judul “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang*” menyimpulkan bahwa secara simultan perspektif kenyamanan, manfaat, fitur layanan dan kemampuan akses memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *m-banking*. Penelitian Anggara (2016) mengenai “*Faktor-faktor Penghambat Minat Nasabah dalam Menggunakan Sistem Layanan Perbankan Berbasis Mobile Banking*” menyimpulkan bahwa kurangnya informasi, sosialisasi atau dengan katalain *marketing* dari bank menjadi faktor penghambat terkuat. Dimana individu membutuhkan informasi untuk membuat keputusan dalam membelanjakan sumber daya yang dimiliki (waktu, uang, usaha) untuk mendapat jasa atau barang yang nantinya akan dikonsumsi. Dyah (2017) dalam penelitiannya berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Word of Mouth melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan e-banking Pada Bank BNP*” menyimpulkan *WOM* berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *ebanking*. Penelitian mengenai *digital marketing* dan *personal selling* telah dilakukan oleh Arifuddin, (2018) dengan judul, “*Pengaruh Personal Selling dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi PT. QBE General Incurance Indonesia Cabang Makassar*” menunjukkan bahwa penjualan pribadi dan pemasaran digital



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian polis asuransi PT. QBE General Insurance Indonesia cabang Makassar yaitu sebesar 87,7% yang berarti dua variabel ini cukup kuat dalam pengaruh pengambilan keputusan pembelian.

Terdapat *research gap* yaitu pada penelitian mengenai *digital marketing* dan yang telah dilakukan oleh Azizah (2020) dengan judul “*Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Keputusan Nasabah Produk Tabungan Faedah BRI Syariah*” menunjukkan bahwa secara parsial hanya *Customer Relationship Management (CRM)* yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung, sedangkan *Digital Marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Berdasarkan latar belakang serta adanya *research gap* dari penelitian sebelumnya yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh strategi *Digital Marketing, Perceived Quality*, dan *Word of Mouth* dalam keputusan nasabah menggunakan *m-banking syariah* dengan mengangkat judul penelitian: **Pengaruh *Digital Marketing, Perceived Quality*, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan BSM Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Mandiri Mobile Banking di Jabodetabek).**

1.2 Rumusan Masalah

Tingkat pertumbuhan *Mobile Banking* Bank Mandiri Syariah mengalami kenaikan di tahun 2020, akan tetapi jumlah pengguna *BSM Mobile Banking* dibandingkan dengan jumlah nasabah secara nasional masih terpantau sangat jauh. Persaingan antar bank yang menawarkan fitur jasa serupa menyebabkan ketatnya persaingan. Tahun 2020 hingga saat ini pandemi *covid-19* masih berlangsung, untuk itu *digital marketing* perlu dilakukan agar tetap memberikan informasi layanan kepada semua masyarakat. *Perceived quality* menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan produk. *Perceived quality* harus ditingkatkan mengingat banyaknya keluhan, pengaduan dan kompetitor antar bank. *WOM* yang beredar semakin perlu ditingkatkan agar semua masyarakat mendapatkannya.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaiman *Digital Marketing* dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSM Mobile Banking*?
2. Bagaimana *Perceived Quality* dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSM Mobile Banking*?
3. Bagaimana *Word of Mouth* dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSM Mobile Banking*?
4. Bagaimana *Digital Marketing, Perceived Quality, dan Word of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSM Mobile Banking*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Digital Marketing* terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSM Mobile Banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Quality* terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSM Mobile Banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSM Mobile Banking*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Digital Marketing, Perceived Quality, dan Word of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *BSM Mobile Banking*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Politeknik Negeri Jakarta, hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran dan pengembangan kajian di bidang Industri Perbankan Syariah dan dapat memperkaya khazanah keilmuan.
2. Bagi Industri Perbankan Syariah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan agar dapat memotivasi perbankan syariah menciptakan fitur-fitur baru *mobile banking*, meningkatkan *digital marketing* dalam memasarkan produknya, meningkatkan kualitas layanan dan dapat merangsang konsumen memberikan komentar positif sehingga meningkatkan nilai layanan *m-banking*..



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Bagi peneliti yang akan datang, diharapkan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar rujukan dan menambah variabel lain agar penelitian ini dapat berguna bagi dunia kerja dan pendidikan.
4. Bagi penulis untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh strategi *digital marketing* bank syariah dalam menarik nasabah menggunakan *mobile banking*, membuat persepsi kualitas layanan yang baik, dan *word of mouth* dari nasabah.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini memuat uraian sementara mengenai hubungan antara pembahasan suatu bab dengan bab lainnya. Skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang saling berkaitan satu sam alain. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang terdiri dari enam sub bab, yaitu latar belakang penelitian yang menjelaskan sebab timbulnya masalah, rumusan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi yang menggambarkan kerangka pembahasan antar bab yang berhubungan dan berkaitan satu dengan lainnya.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Berisi kajian pustaka yang terdiri dari tinjauan teoritis yang memuat teori-teori yang mendukung penelitian, tinjauan pustaka yang memuat penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Memuat metodologi penelitian yang terdiri dari metode penelitian, populasi dan teknik sampling, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi konsep dan operasionalisasi, dan teknik analisa data.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memuat hasil dan pembahasan penelitian. Dalam bab ini penulis mendeskripsikan tentang perusahaan yang menjadi sampel penelitian dan menjabarkan hasil penelitian yang berupa data angka serta pembahasannya.



BAB 5 PENUTUP

Dalam bab terakhir penelitian ini berisi kesimpulan pembahasan dari awal hingga akhir. Setelah itu, dilanjutkan dengan saran-saran berkaitan dengan tema penelitian.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh *Digital Marketing, Perceived Quality, dan Word of Mouth* terhadap keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking* di Jabodetabek dengan 100 orang nasabah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Digital Marketing secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking*. Terutama dikarenakan nasabah mudah mendapatkan informasi melalui media sosial mengenai fitur-fitur seperti kemudahan transfer, pembelian *e-commerce*, pembayaran pembiayaan cicil e-mas, haji dan umrah, donasi dan sedekah, layanan ibadah dan sebagainya, sehingga membuat nasabah memutuskan untuk segera mendownload dan menggunakan BSM *Mobile Banking*. *Perceived Quality* secara parsial juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking* karena mempunyai fitur yang lengkap dan sangat cocok dengan kebutuhan nasabah, sehingga memudahkan nasabah bertransaksi dengan *Mobile Banking* tersebut. *Word of Mouth* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking* karena para pemberi informasi menyebarkan WOM mereka menggunakan alat bantu seperti review di internet, menunjukkan aplikasi BSM *Mobile* yang sudah mereka gunakan, brosur atau postingan di media sosial membuat nasabah mengerti, percaya dan tertarik untuk menggunakan layanan ini. *Digital Marketing, Perceived Quality, dan Word of Mouth* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan BSM *Mobile Banking*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan beberapa saran sebagai berikut. Bank Syariah Mandiri diharapkan terus meningkatkan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

promosi dengan gencar terutama dalam bentuk *digital marketing* apalagi di masa pandemi khususnya pada penggunaan media sosial. Hal tersebut dapat ditingkatkan BSM menggunakan video tutorial yang dikemas dengan konten menarik di media social untuk promosi dan edukasi. Demikian pula dengan *perceived quality*, pihak BSM diharapkan bisa meningkatkan kualitas sistem agar *m-banking* lebih cepat diakses dalam memenuhi transaksi nasabah karena di era digitalisasi kecepatan akses menjadi penting. BSM diharapkan juga mengembangkan sistem keamanan dengan menambahkan sistem keamanan ganda (*double security system*) untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya kejahatan perbankan di masa yang akan datang. Penambahan fitur pembayaran pajak, pembukaan deposito, menjalin kerjasama dengan *e-wallet* dan *e-commerce* lebih banyak juga perlu dilakukan. Hal ini dapat memberikan produk *Mobile Banking* yang lebih berkualitas dan lebih bervariasi sehingga dapat bersaing dengan bank pesaing lainnya. *WOM* kepada masyarakat tentang BSM *Mobile Banking* perlu pula ditingkatkan agar pangsa pasar bank syariah terus tumbuh dan lebih tertarik membuka rekening serta menggunakan layanan *Mobile Banking* BSM. Karyawan perlu semakin aktif menawarkan kepada setiap nasabah, memberi penjelasan secara rinci mengenai layanan *m-banking*, dibantu untuk mendaftar dan aktivasi sampai memberikan edukasi dalam menggunakan layanan tersebut. Penggunaan *influencer* seperti tokoh agama atau artis untuk memasarkan produk BSM *Mobile Banking* juga bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan *WOM* positif di masyarakat.

Untuk peneliti selanjutnya penelitian dapat dilanjutkan dengan menambahkan variabel lain, metode atau alat analisis statistik yang berbeda untuk melihat masalah ini dengan perspektif yang berbeda.

5.3. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak berkepentingan, terutama Bank Syariah Mandiri dalam menyusun strategi meningkatkan keputusan nasabah untuk menggunakan BSM *Mobile Banking* sehingga menaikkan jumlah penggunaannya. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan tambahan terutama dalam menyusun promosi dalam bentuk *digital marketing* dan *WOM* serta meningkatkan *perceived quality* dari BSM *Mobile Banking*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. D. (2017). Factors influencing adoption of *Mobile Banking* by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110.
- Almossawi, M. M. (2015). The Impact of Word of Mouth (WOM) on the Bank Selection Decision of the Youth: A Case of Bahrain. *International Journal of Business and Management*, 10(4). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n4p123>
- Anggara, S. (2015). Faktor Penghambat Minat Nasabah dalam Menggunakan Sistem Layanan Perbankan Berbasis *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2012-2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang). *Jurnal Ilmiah*, 10(2), 1-94.
- APJII. (2020). Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI. Diakses 7 Januari 2021. <https://www.antaraneews.com/berita/1176351/bsm-dongkrak-jumlah-pengguna-mobile-banking>
- Bank Syariah Mandiri. (2020). Laporan Tahunan 2020 Optimis dan Peduli dalam Menciptakan Nilai. Diakses 3 Februari 2021. <https://www.ir-bankbsi.com/misc/AR/AR2020-BSM.pdf>
- BNI Corporate University. (2 Juni 2020). Digital Marketing Series "Webinar Digital Marketing Series 1". Diakses 8 Januari 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=7kqk5atnhb8>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. 10th edition. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Dolan, R. (2017). *Article information: Social Media Communication Strategies, Engagement, and Future*.
- Durmaz, & Efendioglu. (2018). Travel from Traditional Marketing to Digital Marketing. *International Journal of Emerging Research in Management and Technology*, 6(11), 173. <https://doi.org/10.23956/ijermt.v6i11.60>
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh viral marketing terhadap kepercayaan konsumen serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurna Administrasi Bisnis*, 60(1), 163-171.
- Junusi, R. El. (2020). Digital Marketing During the Pandemic Period; A Study of Islamic Perspective. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 15. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5717>
- Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance. *Business Horizons*, 54(3), 253–263. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.006>
- Gummerson, E., & Lovelock, C. (2011). Whither Services Marketing. *Journal of Services Research*, 7, 20-41.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Ismagilova, E., Slade, EL, Rana, NP, Dwivedi, & YK. (2019). The effect of electronic word of mouth communications on intention to buy: A meta-analysis. *Information Systems Frontiers*, 1-24.
- Kjølbj, M. (2016). “Viral Marketing on Facebook.” . *Master Thesis of Culture, Communication & Globalization*. Aalborg University., 1-106. .
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller., K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock. (2011). *Service Marketing People Technology Strategy*.. New Jersey: Prentice Hall Upper Sadle River.
- Lovelock, C., & Writz, J. (2011). *Marketing Manajemen: Customer Behavior*. Boston: Pearson Education.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika* '45, 5(1).
- Mazzucchelli, A., Chierici, R., Ceruti, F., Chiacchierini, C., Godey, B., & Pederzoli, D. (2018). Affecting brand loyalty intention: The effects of UGC and shopping searches via Facebook. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(3), 270–286.
- Nurastuti, W. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Permatasari, A. M. (2017). *Pengaruh Perception of Green Product, Brand Personality, Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli (Studi Empiris yang Dilakukan Pada Konsumen produk NaavaGreen Cabang Yogyakarta)*. 13–14.
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Royle, J., & Laing, A. (2014). The digital marketing skills gap: Developing a Digital Marketer Model for the communication industries. *International Journal of Information Management*, 34(2), 65–73.
- Ryan, Damian., & Jones, Calvin. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited
- Sernovitz, A. (2012). *Word Of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. America: Published by Greenleaf Book Group Press Austin.
- Siyal, A. W., Donghong, D., Umrani, W. A., Siyal, S., & Bhand, S. (2019). Predicting *Mobile Banking* Acceptance and Loyalty in Chinese Bank Customers. *Sage Open*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/2158244019844084>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sung, E. (Christine). (2021). The effects of augmented reality mobile app advertising: Viral marketing via shared social experience. *Journal of Business Research*, 122(January), 75–87. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.034>
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Tan, K. S., Chong, S. C., & Lin, B. (2013). Intention to use internet marketing: A comparative study between Malaysians and South Koreans. *Kybernetes*, 42(6), 888–905. <https://doi.org/10.1108/K-12-2012-0122>
- Teo, A. C., Tan, G. W. H., Cheah, C. M., Ooi, K. B., & Yew, K. T. (2012). Can the demographic and subjective norms influence the adoption of *Mobile Banking*?. *International Journal of Mobile Communications*, 10(6), 578–597. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2012.049757>
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality, Stattisfaction*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Zalloum, L., Alghadeer, H., & Nusairat, N. (2019). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Services pada Electronic Word of Mouth : Peran Mediasi Perceived Trust*. 12(9).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Jawaban Responden

Lampiran 3: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pretest

Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6: Hasil Uji Hipotesis dan Regresi Linier Berganda

Lampiran 7: Distribusi Item





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh *Digital Marketing, Perceived Quality, dan Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Mandiri *Mobile Banking* di Jabodetabek)”

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Vinny Febriyanti, mahasiswa tingkat akhir Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah. Saat ini saya sedang mengumpulkan data untuk keperluan skripsi dengan melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Digital Marketing, Perceived Quality, dan Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah Mandiri *Mobile Banking* di Jabodetabek)”

Sehubungan dengan hal ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Pengisian kuesioner ini memakan waktu sekitar 3 – 5 menit. Hasil kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih. Semoga kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i dibalas dengan kebaikan dan pahala berlimpah. Aamiin.

Hormat Saya

Vinny Febriyanti



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (lanjutan)

Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian dan keterangan menjawab kuesioner.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah data diri Bapak/Ibu atau Saudara/i sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada identitas responden.
2. Setiap pernyataan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang dialami Bapak/Ibu atau Saudara/i.
3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat dengan cara memberikan tanda *checklist* untuk jawaban yang dipilih

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Kriteria Responden dalam penelitian ini:

- Berusia ≥ 17 tahun
- Pengguna *BSM Mobile Banking*
- Bertempat tinggal di area Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi)



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (lanjutan)

I. IDENTITAS RESPONDEN

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | |
| Jenis Kelamin | : | P <input type="checkbox"/> L <input type="checkbox"/> |
| Usia | : | 17 – 22 tahun <input type="checkbox"/> 23 – 27 tahun <input type="checkbox"/> 28 – 32 tahun <input type="checkbox"/> 33 – 37 tahun <input type="checkbox"/> > 37 tahun <input type="checkbox"/> |
| Pekerjaan | : | Pegawai Swasta <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> Lainnya: _____ |
| Tempat Tinggal | : | Jakarta <input type="checkbox"/> Bogor <input type="checkbox"/> Depok <input type="checkbox"/> Tangerang <input type="checkbox"/> Bekasi <input type="checkbox"/> |
| Seberapa sering anda menggunakan <i>BSM Mobile Banking</i> dalam sebulan? | : | 1-2 kali <input type="checkbox"/> 3-4 kali <input type="checkbox"/> 4-5 kali <input type="checkbox"/> > 5 kali <input type="checkbox"/> |
| Perangkat apa yang anda gunakan saat mengakses <i>BSM Mobile Banking</i> | : | Android <input type="checkbox"/> Iphone <input type="checkbox"/> |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (lanjutan)

II. *Digital Marketing (X1)*

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|--|--|----|---|----|----|-----|
| Website | | | | | | |
| 1. | Ada Website resmi Bank Mandiri Syariah untuk saya mendapatkan informasi terkait produk <i>BSM Mobile Banking</i> | | | | | |
| Search Engine Optimization (SEO) | | | | | | |
| 2. | Melakukan pencarian informasi terkait <i>BSM Mobile Banking</i> di situs pencarian internet, mudah. | | | | | |
| Pay Per Click (PPC) | | | | | | |
| 3. | Saya mengetahui layanan <i>BSM Mobile Banking</i> melalui iklan di media digital (seperti instagram, youtube, TV dan lain-lain) | | | | | |
| Affiliate Marketing and Strategic Partnership | | | | | | |
| 4. | Saya tertarik menggunakan <i>BSM Mobile Banking</i> karena bekerja sama dengan <i>e-commerce</i> (shopee, tokopedia, bukalapak), <i>e-wallet</i> , lembaga zakat, PLN, pulsa operator. | | | | | |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (lanjutan)

| <i>Online PR</i> | | | | | | |
|------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 5. | Saya dapat mempelajari layanan <i>BSM Mobile Banking</i> melalui website/blog. | | | | | |
| <i>Social Network</i> | | | | | | |
| 6. | Saya mengetahui layanan <i>BSM Mobile Banking</i> memiliki fitur-fitur menarik melalui media sosial (instagram, Facebook, youtube) | | | | | |
| 7 | Saya mengetahui layanan <i>BSM Mobile Banking</i> memiliki manfaat melalui media sosial (instagram, Facebook, youtube) | | | | | |
| 8 | Saya mengetahui layanan <i>BSM Mobile Banking</i> memiliki keunggulan melalui media sosial (instagram, Facebook, youtube) | | | | | |
| <i>Email Marketing</i> | | | | | | |
| 9 | Bank Mandiri Syariah menggunakan email untuk sarana pemasarannya seperti pemberitahuan promo, kemudahan top up, pembukaan rekening online dan lainnya | | | | | |



| <i>Customer Relationship Management</i> | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 10 | Kritik dan saran mengenai layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mudah saya berikan kepada pihak bank. | | | | | |
| 11 | Kritik dan saran mengenai layanan <i>BSM Mobile Banking</i> saya berikan kepada pihak bank melalui social media, email, <i>call center</i> dan lainnya. | | | | | |

III. *Perceived Quality (X2)*

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|---------------------------------------|---|----|---|----|----|-----|
| Kehandalan (<i>Reability</i>) | | | | | | |
| 1. | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> telah sesuai dengan yang ditawarkan Bank Mandiri Syariah | | | | | |
| 2 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mampu memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari saya dengan sistem yang berkualitas | | | | | |
| Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) | | | | | | |
| 3 | <i>BSM Mobile Banking</i> memiliki fitur-fitur yang beragam (seperti transfer, pembelian, pembayaran, top up dan lainnya) | | | | | |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (lanjutan)

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 4 | <i>BSM Mobile Banking</i> di desain dengan sederhana sehingga mudah digunakan. | | | | | |
| 5 | <i>BSM Mobile Banking</i> di desain dengan sederhana sehingga menarik. | | | | | |
| 6 | <i>BSM Mobile Banking</i> di desain dengan sederhana sehingga informative. | | | | | |
| Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) | | | | | | |
| 7 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mampu melakukan transaksi dengan cepat | | | | | |
| 8 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mampu melakukan transaksi dengan akurat | | | | | |
| Jaminan (<i>Assurance</i>) | | | | | | |
| 9 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> memberikan keamanan bagi transaksi saya | | | | | |
| 10 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mampu melindungi informasi pribadi saya | | | | | |
| Empati (<i>Emphaty</i>) | | | | | | |
| 11 | Pelayanan <i>BSM Mobile Banking</i> sangat cocok dengan kebutuhan saya. | | | | | |
| 12 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mudah diakses. | | | | | |



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (lanjutan)

IV. *Word of Mouth* (X3)

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|--|---|----|---|----|----|-----|
| Talkers (Pembicara) | | | | | | |
| 1. | Teman, kerabat, keluarga, mitra bisnis, review internet atau informan lainnya memberikan informasi tentang <i>BSM Mobile Banking</i> | | | | | |
| Topics (Topik) | | | | | | |
| 2. | Para pemberi informasi tersebut menceritakan keunggulan, fitur-fitur, kemudahan dan hal positif lainnya tentang <i>BSM Mobile Banking</i> | | | | | |
| Tools (Alat) | | | | | | |
| 3. | Para pemberi informasi tersebut menjelaskan <i>BSM Mobile Banking</i> dengan bantuan aplikasinya, brosur, media social, atau media lain | | | | | |
| Tacking Part (Partisipasi Perusahaan) | | | | | | |
| 4. | Karyawan Bank Mandiri Syariah memberikan informasi tentang <i>BSM Mobile Banking</i> mengenai fitur-fitur | | | | | |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



| Tracking (Pengawasan) | | | | | | |
|-----------------------|---|--|--|--|--|--|
| 5. | Pihak Bank Mandiri Syariah menyediakan layanan konsumen dalam merespon masukan atau kritik dan saran (baik via email, mention atau <i>direct message</i> instagram, call center, SMS, atau media lain yang disediakan). | | | | | |

V. Keputusan Menggunakan (Y)

| No. | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS |
|---|---|----|---|----|----|-----|
| Pengenalan Masalah (Problem Recognition) | | | | | | |
| 1. | Saya menyadari layanan <i>BSM Mobile Banking</i> saat ini lebih saya butuhkan. | | | | | |
| Pencarian Informasi (Information Search) | | | | | | |
| 2. | Informasi tentang layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mudah saya temukan dari berbagai sumber. | | | | | |
| Evaluasi Alternatif (Evaluation of Alternatives) | | | | | | |
| 3. | Menurut saya Bank Mandiri Syariah adalah bank syariah terbaik dalam memenuhi kebutuhan saya lewat <i>BSM Mobile Banking</i> | | | | | |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (lanjutan)

| Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>) | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 4. | Saya memutuskan menggunakan layanan <i>BSM Mobile Banking</i> | | | | | |
| Perilaku Pasca Pembelian (<i>Postpurchase Behavior</i>) | | | | | | |
| 5. | Saya merasa puas setelah bertransaksi menggunakan layanan <i>BSM Mobile Banking</i> | | | | | |



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 2 Jawaban Kuesioner

| No. | Digital Marketing (X1) | | | | | | | | | | | TX1 | Perceived Quality (X2) | | | | | | | | | | | | TX2 | WOM (X3) | | | | | TX3 | Keputusan (Y) | | | | | TY |
|-----|------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|-----|------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-----|----------|---|---|---|----|-----|---------------|---|---|---|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 44 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 58 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 3 | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 12 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 | |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 6 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 7 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 27 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | |
| 8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 50 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | |
| 9 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | |
| 11 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 38 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 57 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | |
| 12 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 59 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 13 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 37 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 53 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 47 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | |
| 15 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 37 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 53 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 54 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 52 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 45 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | |

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner (lanjutan)

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|----|
| 23 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 49 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 52 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 25 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 45 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 27 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 45 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 13 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 28 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 35 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 55 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 15 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 30 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 55 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 51 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 55 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 33 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 34 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 36 | 5 | 5 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 36 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 37 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 37 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 52 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 38 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 55 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 39 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 47 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 58 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 44 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 45 | 5 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 | 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner (lanjutan)

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|---|---|---|---|----|----|---|---|---|---|----|----|
| 48 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 50 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 53 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 41 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 50 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 50 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 61 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 35 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 22 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 12 |
| 62 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 63 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 32 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 54 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 64 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 46 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 1 | 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 68 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 42 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 54 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 43 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 71 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 51 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 72 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 44 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 20 |

milik Politeknik Negeri Jakarta

Cipta :

arang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 larang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner (lanjutan)

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|---|---|---|---|----|----|---|---|---|---|----|----|
| 73 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 37 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 56 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 18 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 17 |
| 74 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 20 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 75 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 51 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 76 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 41 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 56 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 77 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 78 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 11 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 80 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 37 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | |
| 82 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 56 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 84 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 42 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 48 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 21 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 20 |
| 85 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 58 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 15 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 52 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 56 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 51 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 54 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 92 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 54 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 94 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 52 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 96 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | |
| 97 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 33 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 16 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 17 | |

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner (lanjutan)

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|----|
| 98 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |



milik Politeknik Negeri Jakarta

Cipta :
 larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 Penguutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 Penguutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 larang mengumumkani dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas *Digital Marketing*

Correlations

| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 | X1.11 | TX1 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1.1 Pearson Correlation | 1 | .508** | .600** | .244* | .342** | .515** | .535** | .497** | .290** | .479** | .323** | .679** |
| Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .014 | .001 | .000 | .000 | .000 | .003 | .000 | .001 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 Pearson Correlation | .508** | 1 | .365** | .115 | .362** | .429** | .440** | .411** | .327** | .337** | .206* | .558** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .255 | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 | .001 | .039 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 Pearson Correlation | .600** | .365** | 1 | .369** | .444** | .835** | .736** | .719** | .305** | .434** | .374** | .830** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .002 | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.4 Pearson Correlation | .244* | .115 | .369** | 1 | .202* | .335** | .128 | .108 | .331** | .315** | .123 | .429** |
| Sig. (2-tailed) | .014 | .255 | .000 | | .044 | .001 | .206 | .285 | .001 | .001 | .224 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.5 Pearson Correlation | .342** | .362** | .444** | .202* | 1 | .513** | .476** | .459** | .554** | .433** | .141 | .655** |
| Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | .044 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .162 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.6 Pearson Correlation | .515** | .429** | .835** | .335** | .513** | 1 | .803** | .754** | .337** | .359** | .318** | .835** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 | | .000 | .000 | .001 | .000 | .001 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.7 Pearson Correlation | .535** | .440** | .736** | .128 | .476** | .803** | 1 | .903** | .339** | .454** | .374** | .832** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .206 | .000 | .000 | | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.8 Pearson Correlation | .497** | .411** | .719** | .108 | .459** | .754** | .903** | 1 | .353** | .427** | .331** | .804** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .285 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .001 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (lanjutan)

| | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1.9 | Pearson Correlation | .290** | .327** | .305** | .331** | .554** | .337** | .339** | .353** | 1 | .584** | .494** | .65** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .001 | .002 | .001 | .000 | .001 | .001 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.10 | Pearson Correlation | .479** | .337** | .434** | .315** | .433** | .359** | .454** | .427** | .584** | 1 | .525** | .705** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.11 | Pearson Correlation | .323** | .206* | .374** | .123 | .141 | .318** | .374** | .331** | .494** | .525** | 1 | .558** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .039 | .000 | .224 | .162 | .001 | .000 | .001 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TX1 | Pearson Correlation | .679** | .558** | .830** | .429** | .655** | .835** | .832** | .804** | .652** | .705** | .558** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas *Perceived Quality*

Correlations

| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | X2.10 | X2.11 | X2.12 | TX2 |
|------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X2.1 | 1 | .720** | .567** | .491** | .462** | .527** | .354** | .496** | .590** | .551** | .631** | .380** | .743** |
| | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | | 1 | .644** | .568** | .577** | .549** | .458** | .484** | .560** | .547** | .665** | .479** | .799** |
| | | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | | | 1 | .460** | .418** | .492** | .438** | .457** | .488** | .438** | .642** | .493** | .715** |
| | | | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | | | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.4 | | | | 1 | .769** | .639** | .333** | .377** | .407** | .380** | .521** | .551** | .736** |
| | | | | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | | | | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (lanjutan)

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .462** | .577** | .418** | .769** | 1 | .721** | .330** | .348** | .456** | .421** | .533** | .557** | .748** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.6 | Pearson Correlation | .527** | .549** | .492** | .639** | .721** | 1 | .504** | .567** | .611** | .595** | .658** | .467** | .812** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.7 | Pearson Correlation | .354** | .458** | .438** | .333** | .330** | .504** | 1 | .625** | .453** | .420** | .613** | .517** | .664** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .001 | .001 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.8 | Pearson Correlation | .496** | .484** | .457** | .377** | .348** | .567** | .625** | 1 | .611** | .656** | .686** | .495** | .742** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.9 | Pearson Correlation | .590** | .560** | .488** | .407** | .456** | .611** | .453** | .611** | 1 | .723** | .657** | .420** | .763** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.10 | Pearson Correlation | .551** | .547** | .438** | .380** | .421** | .595** | .420** | .656** | .723** | 1 | .691** | .338** | .740** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .001 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.11 | Pearson Correlation | .631** | .665** | .642** | .521** | .533** | .658** | .613** | .686** | .657** | .691** | 1 | .592** | .870** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.12 | Pearson Correlation | .380** | .479** | .493** | .551** | .557** | .467** | .517** | .495** | .420** | .338** | .592** | 1 | .705** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TX2 | Pearson Correlation | .743** | .799** | .715** | .736** | .748** | .812** | .664** | .742** | .763** | .740** | .870** | .705** | 1 |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (lanjutan)

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas WOM

Correlations

| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | TX3 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X3.1 Pearson Correlation | 1 | .741** | .682** | .345** | .379** | .818** |
| Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.2 Pearson Correlation | .741** | 1 | .815** | .432** | .465** | .886** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.3 Pearson Correlation | .682** | .815** | 1 | .451** | .539** | .889** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.4 Pearson Correlation | .345** | .432** | .451** | 1 | .644** | .680** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.5 Pearson Correlation | .379** | .465** | .539** | .644** | 1 | .713** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TX3 Pearson Correlation | .818** | .886** | .889** | .680** | .713** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Hasil Uji Validitas Keputusan

Correlations

| | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | TY5 |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y1 Pearson Correlation | 1 | .529** | .659** | .602** | .607** | .789** |
| Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y2 Pearson Correlation | .529** | 1 | .575** | .455** | .512** | .753** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y3 Pearson Correlation | .659** | .575** | 1 | .747** | .826** | .914** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y4 Pearson Correlation | .602** | .455** | .747** | 1 | .772** | .847** |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (lanjutan)

| | | | | | | | |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y5 | Pearson Correlation | .607** | .512** | .826** | .772** | 1 | .884** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| N | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TY5 | Pearson Correlation | .789** | .753** | .914** | .847** | .884** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| N | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. Hasil Uji Reliabilitas *Digital Marketing*

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .889 | 11 |

2. Hasil Uji Reliabilitas *Perceived Quality*

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .929 | 12 |

3. Hasil Uji Reliabilitas *WOM*

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .859 | 5 |

4. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .888 | 5 |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pretest

a. Hasil Uji Validitas Pretest

| Variabel | Kode Pertanyaan | R hitung | R Tabel | Keterangan |
|-------------------|-----------------|----------|---------|------------|
| Digital Marketing | X1.1 | 0,863 | 0,396 | Valid |
| | X1.2 | 0,483 | 0,396 | Valid |
| | X1.3 | 0,919 | 0,396 | Valid |
| | X1.4 | 0,613 | 0,396 | Valid |
| | X1.5 | 0,58 | 0,396 | Valid |
| | X1.6 | 0,886 | 0,396 | Valid |
| | X1.7 | 0,839 | 0,396 | Valid |
| | X1.8 | 0,819 | 0,396 | Valid |
| | X1.9 | 0,644 | 0,396 | Valid |
| | X1.10 | 0,757 | 0,396 | Valid |
| | X1.11 | 0,646 | 0,396 | Valid |
| Perceived Quality | X2.1 | 0,729 | 0,396 | Valid |
| | X2.2 | 0,737 | 0,396 | Valid |
| | X2.3 | 0,552 | 0,396 | Valid |
| | X2.4 | 0,771 | 0,396 | Valid |
| | X2.5 | 0,568 | 0,396 | Valid |
| | X2.6 | 0,808 | 0,396 | Valid |
| | X2.7 | 0,708 | 0,396 | Valid |
| | X2.8 | 0,844 | 0,396 | Valid |
| | X2.9 | 0,864 | 0,396 | Valid |
| | X2.10 | 0,663 | 0,396 | Valid |
| | X2.11 | 0,859 | 0,396 | Valid |
| | X2.12 | 0,551 | 0,396 | Valid |
| WOM | X3.1 | 0,884 | 0,396 | Valid |
| | X3.2 | 0,876 | 0,396 | Valid |
| | X3.3 | 0,9935 | 0,396 | Valid |
| | X3.4 | 0,407 | 0,396 | Valid |
| | X3.5 | 0,712 | 0,396 | Valid |
| Keputusan | Y1 | 0,774 | 0,396 | Valid |
| | Y2 | 0,698 | 0,396 | Valid |
| | Y3 | 0,846 | 0,396 | Valid |
| | Y4 | 0,697 | 0,396 | Valid |
| | Y5 | 0,719 | 0,396 | Valid |

b. Hasil Uji Reliabilitas Pretest

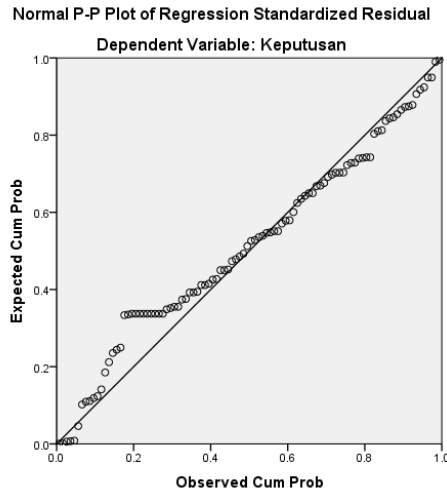
| Variabel | Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Standard | Keterangan |
|-------------------|------------------|---------------------------|------------|
| Digital Marketing | 0,916 | 0,6 | Reliabel |
| Perceived Quality | 0,913 | 0,6 | Reliabel |
| WOM | 0,843 | 0,6 | Reliabel |
| Keputusan Nasabah | 0,797 | 0,6 | Reliabel |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas



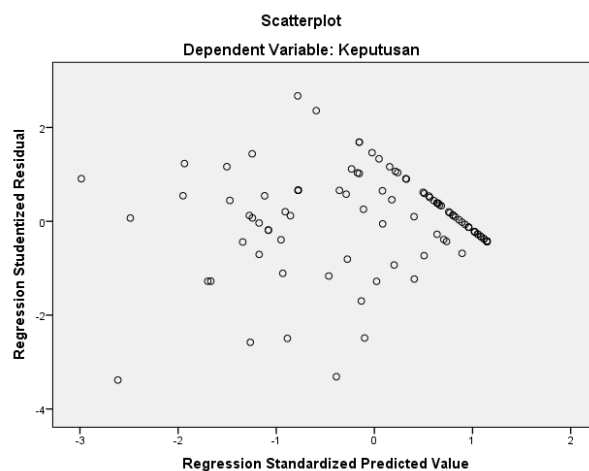
2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -1.164 | 1.594 | | -.730 | .467 | | |
| | Digital Marketing | .075 | .032 | .184 | 2.366 | .020 | .482 | 2.074 |
| | Perceived Quality | .313 | .033 | .607 | 9.540 | .000 | .720 | 1.388 |
| | Word of Mouth | .156 | .063 | .201 | 2.463 | .016 | .437 | 2.287 |

c. Dependent Variable: Keputusan

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis dan Regresi Linier Berganda

1. Hasil Uji T

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1.164 | 1.594 | | -.730 | .467 | | |
| Digital Marketing | .075 | .032 | .184 | 2.366 | .020 | .482 | 2.074 |
| Perceived Quality | .313 | .033 | .607 | 9.540 | .000 | .720 | 1.388 |
| Word of Mouth | .156 | .063 | .201 | 2.463 | .016 | .437 | 2.287 |

a. Dependent Variable: Keputusan

2. Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 572.333 | 3 | 190.778 | 82.414 | .000 ^b |
| | Residual | 222.227 | 96 | 2.315 | | |
| | Total | 794.560 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

b. Predictors: (Constant), Word of Mouth (X3), Perceived Quality (X2), Digital Marketing (X1)

3. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -1.164 | 1.594 | | -.730 | .467 |
| Digital Marketing | .075 | .032 | .184 | 2.366 | .020 |
| Perceived Quality | .313 | .033 | .607 | 9.540 | .000 |
| Word of Mouth | .156 | .063 | .201 | 2.463 | .016 |

4. Hasil Uji R Square

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .849 ^a | .720 | .712 | 1.521 |

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Perceived Quality, Digital Marketing

b. Dependent Variable: Keputusan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Distribusi Item

Gambaran distribusi item adalah gambaran yang menyajikan distribusi item atas kuesioner yang telah disebar kepada responden. Untuk mengetahui persentase pernyataan yang terendah dan tertinggi dapat menggunakan rumus di bawah ini.

$$\text{Skor Empirik} = \frac{(\text{Bobot "SS"} \times \text{Jumlah Jawaban Responden}) + (\text{Bobot "S"} \times \text{Jumlah Jawaban Responden}) + (\text{Bobot "KS"} \times \text{Jumlah Jawaban Responden}) + (\text{Bobot "TS"} \times \text{Jumlah Jawaban Responden}) + (\text{Bobot "STS"} \times \text{Jumlah Jawaban Responden})}{\text{Jumlah Jawaban Responden}}$$

$$\text{Mean} = \text{Skor Empirik} \div \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{TCR} = \frac{\text{Skor Empirik}}{500} \times \text{Bobot "SS"} \times \text{Jumlah Responden}$$

Berikut ini adalah distribusi item pertanyaan kuesioner dari dimensi *digital marketing* (X2), *perceived quality* (X2) *word of mouth* (X3) dan Keputusan (Y)

Tabel 4.5 Distribusi Item Pertanyaan *Digital Marketing*

| No. | Pernyataan | S | T | K | S | S | JML | SKOR | MEAN | TCR |
|-----|--|---|----|----|----|----|-----|------|------|------|
| | | S | T | K | S | S | | | | |
| | | T | S | S | S | S | | | | |
| | | S | S | S | S | S | | | | |
| 1. | Ada Website resmi Bank Mandiri Syariah untuk saya mendapatkan informasi terkait produk <i>BSM Mobile Banking</i> | 0 | 0 | 9 | 32 | 59 | 100 | 450 | 4,5 | 90 |
| 2. | Melakukan pencarian informasi terkait <i>BSM Mobile Banking</i> di situs pencarian internet, mudah. | 0 | 0 | 6 | 28 | 66 | 100 | 460 | 4,6 | 92 |
| 3. | Saya mengetahui layanan <i>BSM Mobile Banking</i> melalui iklan di media digital (seperti instagram, youtube, TV dan lain-lain) | 1 | 11 | 10 | 31 | 47 | 100 | 412 | 4,12 | 82,4 |
| 4. | Saya tertarik menggunakan <i>BSM Mobile Banking</i> karena bekerja sama dengan <i>e-commerce</i> (shopee, tokopedia, bukalapak), <i>e-wallet</i> , lembaga zakat, PLN, pulsa operator. | 2 | 3 | 2 | 32 | 61 | 100 | 447 | 4,47 | 89,4 |
| 5. | Saya dapat mempelajari layanan <i>BSM Mobile Banking</i> melalui website/blog. | 1 | 4 | 19 | 40 | 36 | 100 | 406 | 4,06 | 81,2 |



| | | | | | | | | | | |
|----|--|---|----|----|----|----|-----|-----|------|------|
| 6. | Saya mengetahui layanan <i>BSM Mobile Banking</i> memiliki fitur-fitur menarik melalui media sosial (instagram, facebook, youtube) | 1 | 14 | 13 | 30 | 42 | 100 | 398 | 3,98 | 79,6 |
| 7 | Saya mengetahui layanan <i>BSM Mobile Banking</i> memiliki manfaat melalui media sosial (instagram, facebook, youtube) | 1 | 8 | 11 | 36 | 44 | 100 | 414 | 4,14 | 82,8 |
| 8 | Saya mengetahui layanan <i>BSM Mobile Banking</i> memiliki keunggulan melalui media sosial (instagram, facebook, youtube) | 2 | 6 | 12 | 31 | 49 | 100 | 419 | 4,19 | 83,8 |
| 9 | Bank Mandiri Syariah menggunakan email untuk sarana pemasarannya seperti pemberitahuan promo, kemudahan top up, pembukaan rekening online dan lainnya | 2 | 7 | 20 | 37 | 34 | 100 | 394 | 3,94 | 78,8 |
| 10 | Kritik dan saran mengenai layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mudah saya berikan kepada pihak bank | 3 | 2 | 19 | 35 | 41 | 100 | 409 | 4,09 | 81,8 |
| 11 | Kritik dan saran mengenai layanan <i>BSM Mobile Banking</i> saya berikan kepada pihak bank melalui social media, email, <i>call center</i> dan lainnya | 1 | 3 | 16 | 38 | 42 | 100 | 417 | 4,17 | 83,4 |

Sumber: Output SPSS 22 Diolah

Tabel 4.6 Distribusi Item Pertanyaan *Perceived Quality*

| No. | Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS | JML | SKOR | MEAN | TCR |
|-----|--|-----|----|----|----|----|-----|------|------|-----|
| 1. | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> telah sesuai dengan yang ditawarkan Bank Mandiri Syariah | | | 5 | 35 | 60 | 100 | 455 | 4,55 | 91 |
| 2 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mampu memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari saya dengan sistem yang berkualitas | | | 4 | 32 | 64 | 100 | 460 | 4,6 | 92 |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|----|-----|-----|------|------|
| 3 | <i>BSM Mobile Banking</i> memiliki fitur-fitur yang beragam (seperti transfer, pembelian, pembayaran, top up dan lainnya) | | | 3 | 26 | 71 | 100 | 468 | 4,68 | 93,6 |
| 4 | <i>BSM Mobile Banking</i> di desain dengan sederhana sehingga mudah digunakan | | 3 | 3 | 29 | 65 | 100 | 456 | 4,56 | 91,2 |
| 5 | <i>BSM Mobile Banking</i> di desain dengan sederhana sehingga menarik | 1 | 2 | 3 | 24 | 70 | 100 | 460 | 4,6 | 92 |
| 6 | <i>BSM Mobile Banking</i> di desain dengan sederhana sehingga informatif | | | 3 | 34 | 63 | 100 | 460 | 4,6 | 92 |
| 7 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mampu melakukan transaksi dengan cepat | | 1 | 3 | 32 | 64 | 100 | 459 | 4,59 | 91,8 |
| 8 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mampu melakukan transaksi dengan akurat | | | 3 | 34 | 63 | 100 | 460 | 4,6 | 92 |
| 9 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> memberikan keamanan bagi transaksi saya | | | 3 | 40 | 57 | 100 | 454 | 4,54 | 90,8 |
| 10 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mampu melindungi informasi pribadi saya | | | 6 | 29 | 65 | 100 | 459 | 4,59 | 91,8 |
| 11 | Pelayanan <i>BSM Mobile Banking</i> sangat cocok dengan kebutuhan saya | | 1 | 5 | 32 | 62 | 100 | 455 | 4,55 | 91 |
| 12 | Layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mudah diakses | | 1 | 6 | 26 | 67 | 100 | 459 | 4,59 | 91,8 |

Sumber: Output SPSS 22 Diolah

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Distribusi Item (lanjutan)

Tabel 4.7 Distribusi Item Pertanyaan WOM

| No. | Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS | JML | SKOR | MEAN | TCR |
|-----|--|-----|----|----|----|----|-----|------|------|------|
| 1. | Teman, kerabat, keluarga, mitra bisnis, review internet atau informan lainnya memberikan informasi tentang <i>BSM Mobile Banking</i> | 2 | 7 | 16 | 30 | 45 | 100 | 409 | 4,09 | 81,8 |
| 2. | Para pemberi informasi tersebut menceritakan keunggulan, fitur-fitur, kemudahan dan hal positif lainnya tentang <i>BSM Mobile Banking</i> | 1 | 6 | 16 | 28 | 49 | 100 | 418 | 4,18 | 83,6 |
| 3. | Para pemberi informasi tersebut menjelaskan <i>BSM Mobile Banking</i> dengan bantuan aplikasinya, brosur, media social, atau media lain | 1 | 7 | 14 | 25 | 53 | 100 | 422 | 4,22 | 84,4 |
| 4. | Karyawan Bank Mandiri Syariah memberikan informasi tentang <i>BSM Mobile Banking</i> mengenai fitur-fitur | | 3 | 10 | 28 | 59 | 100 | 443 | 4,43 | 88,6 |
| 5. | Pihak Bank Mandiri Syariah menyediakan layanan konsumen dalam merespon masukan atau kritik dan saran (baik via email, mention atau <i>direct message</i> instagram, call center, SMS, atau media lain yang disediakan) | | 2 | 6 | 30 | 62 | 100 | 452 | 4,52 | 90,4 |

Sumber: Output SPSS 22 Diolah

Tabel 4.8 Distribusi Item Pertanyaan Keputusan

| No. | Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS | JML | SKOR | MEAN | TCR |
|-----|--|-----|----|----|----|----|-----|------|------|------|
| 1. | Saya menyadari layanan <i>BSM Mobile Banking</i> saat ini lebih saya butuhkan | | | 3 | 26 | 71 | 100 | 468 | 4,68 | 93,6 |
| 2. | Informasi tentang layanan <i>BSM Mobile Banking</i> mudah saya temukan dari berbagi sumber | | 2 | 12 | 24 | 62 | 100 | 446 | 4,46 | 89,2 |

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Distribusi Item (lanjutan)

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|----|-----|-----|------|------|
| 3. | Menurut saya Bank Mandiri Syariah adalah bank syariah terbaik dalam memenuhi kebutuhan saya lewat <i>BSM Mobile Banking</i> | 1 | 1 | 8 | 28 | 62 | 100 | 449 | 4,49 | 89,8 |
| 4. | Saya memutuskan menggunakan layanan <i>BSM Mobile Banking</i> | | 1 | 6 | 24 | 69 | 100 | 461 | 4,61 | 92,2 |
| 5. | Saya merasa puas setelah bertransaksi menggunakan layanan <i>BSM Mobile Banking</i> | | 1 | 6 | 21 | 72 | 100 | 464 | 4,64 | 92,8 |

Sumber: Output SPSS 22 Diolah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

