

## ABSTRAK

*Fatikka Rizqya Nur, 1720510018, "Pengaruh Promosi, Keamanan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017 Menggunakan Mobile Banking di Bank Mandiri Syariah KC Kudus".*

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian dimana data yang diperoleh dari hasil jawaban responden dalam kuesioner dinyatakan dalam bentuk angka dan nantinya data tersebut akan diolah menggunakan SPSS versi 23. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, keamanan dan kemudahan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017 dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Mandiri Syariah KC Kudus. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data primer yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara serta data sekunder yang diperoleh dari berbagai macam literatur yang mendukung penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 yang berjumlah 637 mahasiswa dengan sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan *incidental sampling*. Dalam artian, dalam pengambilan sampel dilakukan dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus terhadap responden dan pengambilan sampelnya juga dilakukan secara kebetulan oleh peneliti. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat dan uji regresi linear berganda dengan uji  $f$  dan uji  $t$ .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, keamanan dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Mandiri Syariah KC Kudus. Hal ini dibuktikan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan oleh variabel promosi sebesar  $0,349 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,946 < t_{tabel}$  yaitu 2,013. Sedangkan nilai signifikansi dari variabel keamanan yaitu sebesar  $0,069 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,865 < t_{tabel}$  yaitu 2,013. Lalu, nilai signifikansi dari variabel kemudahan yaitu sebesar  $0,333 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,978 < t_{tabel}$  yaitu 2,013. Secara berturut-turut, variabel promosi, keamanan dan kemudahan hanya berpengaruh sebesar 12,7%; 39,15 dan 19,4% terhadap keputusan mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017 untuk menggunakan *mobile banking* Bank Mandiri Syariah KC Kudus. Tetapi, secara simultan variabel promosi, keamanan dan kemudahan berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan BSM *mobile banking*, hal ini dibuktikan bahwa nilai signifikansinya sebesar  $0,014 <$  dari 0,05.

**Kata Kunci :** *Promosi, Keamanan, Kemudahan, Keputusan Penggunaan, BSM Mobile Banking*

## ABSTRACT

*Fatikha Rizqya Nur, 1720510018, "The Influence of Promotion, Security and Ease of Transaction on the Decision Students of the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Kudus Class of 2017 Using Mobile Banking at Bank Mandiri Syariah Kudus Branch Office".*

*This study uses a quantitative approach, namely research in which data obtained from the results of respondents' answers in the questionnaire are expressed in numbers and later the data will be processed using SPSS version 23. This study aims to determine how much influence promotion, safety and ease towards on the decisions of students of the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Kudus Batch of 2017 in using mobile banking at Bank Mandiri Syariah Kudus Branch Office. The type of data used in this study is primary data obtained from questionnaires and interviews and secondary data obtained from various kinds of literature that support the research. The population in this study were all students of FEBI IAIN Kudus class 2017, totaling 637 students with a sample of 50 respondents. The sampling technique used in this study was non-probability sampling with purposive sampling and incidental sampling methods. In that sense, sampling is carried out by determining specific characteristics of the respondent and the sampling is also carried out by chance by the researcher. While the data analysis techniques used in this study are validity test, reliability test, prerequisite test and multiple linear regression with f test and t test.*

*The results showed that promotion, security and ease did not have a significant effect on the decision of students of FEBI IAIN Kudus class 2017 to use mobile banking at Bank Mandiri Syariah Kudus Branch Office. It is proven that the significance value generated by the promotion variable is  $0,349 > 0,05$  and the t count value is  $0,946 < t$  table, namely 2,013. While the significance value of the security variable is  $0,069 > 0,05$  and the t count value is  $1,865 < t$  table is 2,013. Then, the significance value of the ease variable is  $0,333 > 0,05$  and the t count value is  $0,978 < t$  table is 2,013. Consecutively, the variable promotion, safety and ease only has an effect of 12,7%; 39,15 and 19,4% of the decision of students of the FEBI IAIN Kudus class of 2017 to use mobile banking at Bank Mandiri Syariah Kudus Branch Office. But, simultaneously the promotion, security and ease variable significantly affect the decision variable to use BSM mobile banking, this is evidenced by the significance value of  $0,014 < 0,05$ .*

**Keywords:** *Promotion, Security, Ease, Decision to Use, BSM Mobile Banking*