

ABSTRAK

Firdausi, E. NIM 2210921008. 2026. *Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan (Trust), dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Muamalat DIN pada Bank Muamalat KCP Banyuwangi*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: (I) Siti Khayisatuzahro Nur, M.E.I, (II) Dimas Herliandis Shodiqin, M.E.

Kata kunci: *e-service quality*, kepercayaan, promosi, kepuasan nasabah, Muamalat DIN.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *e-service quality*, kepercayaan (*trust*), dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Muamalat DIN pada Bank Muamalat KCP Banyuwangi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 134 nasabah pengguna Muamalat DIN dan dianalisis menggunakan SPSS Statistics 25. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,177 ($>0,05$). Sebaliknya, kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,002 ($<0,05$), sedangkan promosi juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Secara simultan, *e-service quality*, kepercayaan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 50,5%. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan dan promosi merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan Muamalat DIN.

ABSTRACT

Firdausi, E. NIM 2210921008. 2026. *The Effect Of E-Service Quality, Trust, And Promotions On Customer Satisfaction With Muamalat DIN At Bank Muamalat's Banyuwangi Branch*. Thesis, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Studies, University Muhammadiyah Jember. Supervisor: (I) Siti Khayisatuzahro Nur, M.E.I, (II) Dimas Herliandis Shodiqin, M.E.

Keywords: *e-service quality, trust, promotion, customer satisfaction, Muamalat DIN.*

This study aims to analyze the influence of e-service quality, trust, and promotions on customer satisfaction with Muamalat DIN at Bank Muamalat's Banyuwangi Branch. The study employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected via a questionnaire distributed to 134 Muamalat DIN users and analyzed using SPSS Statistics 25. The analytical techniques used include validity and reliability tests, classical assumptions, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results indicate that e-service quality does not have a significant effect on customer satisfaction, with a p-value of 0.177 (>0.05). Conversely, trust has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.002 (<0.05), while promotions also have a positive and significant effect with a significance value of 0.000 (<0.05). Simultaneously, e-service quality, trust, and promotion have a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000 (<0.05). The coefficient of determination indicates that these three variables explain 50.5% of customer satisfaction. These findings confirm that trust and promotion are the primary factors influencing customer satisfaction when using Muamalat DIN.