

## ABSTRAK

**Agnes Ismalida Fathiyati. A. 105 251 1021 17.** *Analisis Pelayanan Customer Service dan Promosi Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah pada BNI Syariah kota Makassar.* Dibimbing oleh **H. Muchlis Mappangaja** dan **Fakhruddin Mansyur.**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang dilakukan di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis pelayanan customer service terhadap tingkat kepercayaan nasabah dan nilai promosi pada BNI Syariah kota Makassar. Dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  variabel pelayanan ( $\beta$ ).  $X_4$ ,  $X_5$  dan  $X_6$  variabel kepercayaan ( $\gamma$ ).  $Y_1$ ,  $Y_2$  dan  $Y_3$  variabel BNI Syariah ( $\alpha$ ). Dan terakhir  $Z_1$ ,  $Z_2$  dan  $Z_3$  variabel nilai promosi ( $\eta$ ).

Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut kemudian diolah melalui metode Partial Least Square (PLS) 2.0  $\pi^3$ .

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel BNI Syariah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel pelayanan, kepercayaan dan nilai promosi karena nilai  $t_{hitung}$  variabel BNI Syariah lebih kecil dari  $t_{tabel}$  variabel pelayanan, kepercayaan dan nilai promosi. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{hitung} = 3.1385 >$  dari pada nilai  $t_{tabel} = 2.04841$  terhadap variabel nilai promosi. Sedangkan hubungan antara variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{hitung} = 1.460562 <$  dari pada nilai  $t_{tabel} = 2.04841$  variabel nilai promosi.

**Kata Kunci : BNI Syariah, Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Promosi**