

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna internet banking. Internet banking merupakan produk jasa yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan kegiatan transaksi yang dilakukan secara online. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri D.I.Yogyakarta dengan menggunakan metode survei dengan responden nasabah pengguna internet banking BSM yang berjumlah 125 orang, teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda untuk menguji hipotesis yaitu uji t dan uji F. Peneliti menggunakan program SPSS 16 untuk menguji data penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, jaminan dan daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari penelitian ini diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,714 hal ini berarti 71,4% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel bukti fisik, kehandalan, jaminan dan daya tanggap, sedangkan sisanya 28,6% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : kualitas layanan, internet banking, kepuasan nasabah

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of service quality on customer satisfaction internet banking. Internet banking is a service product that can meet the needs of customer with online transaction. This research was conducted at Bank Syariah Mandiri D.I.Yogyakarta using survey method with user of internet banking customer respondents totaling 125 people, sample collection technique using purposive sampling. The analyze technique used is multiple regressions using hypothesis testing that the t test and F test. The data was analyzed with SPSS 16 program. The analysis result was indicating variable of service quality consist of tangible, reliability, assurance and responsiveness are significant influence intention to customer satisfaction. From this research adjust R square value was 0,714, meaning 71,4% of customer satisfaction can be explained by the variable tangible, reliability, assurance and responsiveness, while 28,6% of customer satisfaction is influenced by another variable.

Keyword: service quality, internet banking, customer satisfaction