

ABSTRAKSI

Output utama yang dihasilkan dari jasa membahas masalah kualitas jasa, ini menyebabkan kualitas jasa yang ditawarkan perusahaan menjadi perhatian khusus pada setiap perusahaan. penggunaan metode *mystery shopping* pada PT Bank Mandiri Persero Tbk Cabang X, terlihat adanya *Gap* antara nilai *Marketing Research Indonesia* (MRI) pada cabang X dengan target cabang untuk penilaian terhadap kinerja *teller*, dari *Gap* ini dapat mengidentifikasi bahwa nilai target kepuasan nasabah masih belum dicapai oleh PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang X. Tujuan penelitian ini ada dua yaitu, menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang 'X'. dan untuk mengetahui variabel apa dalam kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang 'X'.

Maka untuk itu ada enam *hipotesis* yang diajukan dalam penelitian ini adalah 1. Diduga bahwa *tangibles* mempengaruhi kepuasan nasabah, 2. Diduga bahwa *reliability* mempengaruhi kepuasan nasabah, 3. Diduga bahwa *responsiveness* mempengaruhi kepuasan nasabah, 4. Diduga bahwa *assurance* mempengaruhi kepuasan nasabah, 5. Diduga bahwa *empathy* mempengaruhi kepuasan nasabah, 6. Diduga dari kelima variabel kualitas layanan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang X yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda dengan penyebaran kuesioner sebanyak 100 kuesioner.

Dari hasil uji kausalitas didapatkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan variabel *reability* memiliki nilai *coefficients* terendah terhadap kepuasan nasabah, dan variabel *tangibles* yang berpengaruh paling dominan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah.