

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 nilai penilaian terhadap kinerja *teller*, dari *Gap* ini dapat mengidentifikasi bahwa nilai target kepuasan nasabah masih belum di capai 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 *reliability* memiliki nilai *coefficients* terendah terhadap kepuasan nasabah, dan variabel *tangibles* yang berpengaruh paling dominan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

The main output is generated from services addressed the issue of quality of service, this causes the quality of the services offered by the company are of particular concern to every company. Use of the method Mystery Shopping in PT. Bank Mandiri Persero Tbk branch X, Reflecting the gap between the value of Marketing Research Indonesia (MRI) on X with the target branch teller assessment of the performance, from Gap is able to identify that the value of customer satisfaction targets are still not reached by PT. Bank Mandiri Persero Tbk Branch X.

The purpose of study is two fold, to analyze the effect of service quality on customer satisfaction PT. Bank Mandiri Persero Tbk Branch X, and to determine what variables the most influential service quality on customer satisfaction.

So far the six hypotheses proposed in this study is 1. It was alleged that tangibles affect customer satisfaction, 2. It was alleged that the reliability affects customer satisfaction, 3. It was alleged that responsiveness affect customer satisfaction, 4. It was alleged that affect customer satisfaction assurance, 5. empathy suspected that affect customer satisfaction, 6. suspected of five service quality variables PT. Bank Mandiri Persero Tbk Branch X the most dominant influence customer satisfaction.

In this study using multiple linear regression method by distributing questionnaires of 100 questionnaires. From the results of causality test showed that the quality of services significant positive effect on customer satisfaction, and variable coefficients realinility lowest value on customer satisfaction and variables tangibles the most dominant influencet.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction