

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK MANDIRI**

Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Tri Sarjono
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang menjadi nasabah Bank Mandiri. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Teknik analisis data menggunakan persentase, analisis regresi berganda uji F dan uji t. Hasil yang dilakukan dengan uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri. Sedangkan pengujian secara parsial yang dilakukan dengan uji t menunjukkan bahwa hanya terdapat satu variabel kualitas layanan yaitu *assurance* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri sedangkan empat variabel kualitas layanan lainnya yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE SERVICE QUALITIES UPON THE
SATISFACTION OF BANK MANDIRI'S CUSTOMERS
A Case Study on Students of Sanata Dharma University

Tri Sarjono
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2011

This study aims to find out the influence of service qualities: tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy upon the satisfaction of Bank Mandiri's customers. The populations in this study are students of Sanata Dharma University Yogyakarta who are also customers of Bank Mandiri. The sample taken were 100 respondents. The sampling used non probability sampling by convenience sampling technique. Data analysis techniques used in this research were percentages analysis, F test and t-test multiple regression analysis. The research that the variables: tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously influenced the satisfaction of bank Mandiri's customers. The research also found that only the variable of assurance that influenced the satisfaction of Bank Mandiri's customers, whereas, the other four variables: tangible, reliability, responsiveness, and empathy, did not affect their satisfaction.