

## ABSTRAKSI

Kualitas Pelayanan memberikan semacam suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Pihak Bank selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik mulai dari nasabah datang hingga nasabah pulang.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui peubah kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh simultan serta parsial terhadap kepuasan nasabah yaitu Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA angkatan tahun 2013 yang menabung pada Bank Nasional. Serta dari kelima peubah kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*) mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah yaitu Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA angkatan tahun 2013 yang menabung pada Bank Nasional.

Hasil penelitian membuktikan bahwa peubah kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh simultan signifikan terhadap kepuasan nasabah yaitu Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA angkatan tahun 2013 yang menabung pada Bank Nasional. Kemudian 4 peubah yaitu kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah, dan yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah yaitu Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA angkatan tahun 2013 yang menabung pada Bank Nasional adalah kehandalan (*reability*) dengan koefisien regresi 0,705. Dengan  $\text{Adj.R}^2$  sebesar 0,761 dapat disimpulkan bahwa 76,1% kepuasan nasabah mampu dijelaskan oleh peubah kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*), jaminan (*assurance*). Sementara sisanya sebesar 23,9% dijelaskan oleh peubah lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

