

## ABSTRAK

Iswantoro : **Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Wilayah Jakarta Utara)** (Dibimbing Oleh Tantri Yanuar R.S.)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis perbankan khususnya *E-banking* dari waktu ke waktu yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan nasabah di era digital. *Internet banking* adalah salah satu produk *e-banking* yang memerikan solusi bagi nasabah untuk menjalankan transaksinya dimanapun dan kapanpun, dapat diakses 24 jam *non-stop*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

Dalam penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Syariah Mandiri wilayah Jakarta Utara yang memiliki *internet banking*. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner ke 186 responden yang menggunakan *internet banking* di wilayah Jakarta Utara *purposive Sampling* dalam metode pengambilan sampel. Metode kuesioner digunakan untuk mengetahui respon responden untuk setiap variabel dan metode analisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil analisis menyatakan bahwa layanan *internet banking* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, ini berarti kualitas layanan *internet banking* adalah faktor yang mendorong konsumen untuk menggunakan *internet banking*, karena nasabah merasa terpuaskan dengan menggunakan layanan tersebut. Sementara kualitas layanan *internet banking* tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berarti kualitas layanan *internet banking* yang mendorong nasabah merasa puas dalam menggunakan layanan *internet banking* di wilayah Jakarta Utara.

Kata Kunci : Kualitas Layanan *Internet Banking*, Kepuasan dan loyalitas.

## **ABSTRACT**

**Iswantoro: *Effect of Internet Banking Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty (Case Study of Bank Syariah Mandiri North Jakarta Region) (Supervised by Tantri Yanuar R.S.)***

*This research is motivated by competition in the banking business, especially E-banking, from time to time which is increasingly stringent, so companies must create new innovations to meet the needs and demands of customers in the digital era. Internet banking is one of the e-banking products that describes solutions for customers to carry out transactions wherever and whenever, can be accessed 24 hours non-stop.*

*The purpose of this study was to determine the effect of the quality of internet banking services on customer satisfaction and loyalty.*

*In this research, the customers of Bank Syariah Mandiri in North Jakarta region have internet banking. In this study data was collected through distributing questionnaires to 186 respondents who used internet banking in the North Jakarta purposive sampling area in the sampling method. The questionnaire method is used to determine the respondent's response to each variable and method of analysis using Structural Equation Model (SEM).*

*The results of the analysis stated that internet banking services have a positive influence on customer satisfaction, this means that the quality of internet banking services is a factor that encourages consumers to use internet banking, because customers feel satisfied with the use of these services. While the quality of internet banking services does not have a positive influence on customer loyalty and customer satisfaction has a positive and significant influence on customer loyalty. Means the quality of internet banking services that encourage customers to feel satisfied in using internet banking services in the North Jakarta area.*

**Keywords:** *Quality of Internet Banking Services, Satisfaction and loyalty.*