

ABSTRAK

Mobile Banking merupakan fasilitas layanan berbasis elektronik yang digunakan oleh perbankan di Indonesia saat ini untuk memenuhi kebutuhan transaksi nasabah. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *E-Service Quality (e-servqual) Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel KCP SKPD, Kemang Indah.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji F, koefisien determinasi, uji t dan analisis regresi berganda.

Dengan menggunakan metode regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah adalah variabel *Assurance & Security* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,271 (27,1 persen). Variabel *Efficiency & Convenience* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,245 (24,5 persen). Variabel *Reliability* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,196 (19,6 persen). Variabel *Responsiveness* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,177 (17,7 persen).

Kata Kunci : *mobile banking, e-service quality*, regresi linier berganda, kepuasan nasabah.

ABSTRACT

Mobile Banking is an electronic-based service facilities used by banks in Indonesia today to meet the needs of customer transactions. This study was conducted to examine the effect of E-Service Quality (e-servqual) Mobile Banking on Customer Satisfaction Babel Sumsel Bank KCP SKPD, Kemang Indah.

The sample used in this study amounted to 50 respondents. The method of sampling using purposive sampling. Data analysis method used is quantitative analysis using the F test, the coefficient of determination, t test and multiple regression analysis.

By using multiple regression analysis can be concluded that the variables are positive and significant impact on customer satisfaction variables are variables Assurance & Security with regression coefficient of 0.271 (27.1 percent). Efficiency & Convenience variable have positive but not significant effect to customer satisfaction with regression coefficient value equal to 0,245 (24,5 percent). Reliability variable has positive but not significant effect on customer satisfaction with regression coefficient value of 0.196 (19.6 percent). Responsiveness variable has positive but not significant effect on customer satisfaction with regression coefficient value equal to 0,177 (17,7 percent).

Keywords : mobile banking, e-service quality, multiple linear regression, customer satisfaction.