

# P

## engaruh Kualitas Jasa Internet Banking Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PT. Bank NISP Tbk)

Helza Vebrika<sup>1</sup>  
Setiawan<sup>2</sup>

Magister Manajemen  
Perbankan  
Universitas Gunadarma  
2008

Jl. Margonda Raya 100 Depok

### ABSTRAK

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu manajemen dalam mengelola suatu usaha termasuk pada usaha perbankan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain kualitas pelayanan yang diberikan bank tersebut kepada nasabahnya. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan PT. Bank NISP Tbk. Data penelitian diperoleh dari data primer lewat kuesioner dan sekunder dari publikasi dan data intern bank. Untuk memperoleh gambaran tingkat kepuasan terhadap pelayanan bank maka jawaban pertanyaan dikuantifikasikan dengan metode likert. Sedangkan untuk memetakan antara tingkat kinerja dan kepentingan menggunakan *diagram consensus*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, melalui 15 butir pertanyaan sebagai

penjabaran dari 5 dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah baik yang ditunjukkan dengan rata-rata skor penilaian sebesar 3,86 pada skala penilaian 1-5. Tiga atribut kualitas pelayanan yang dinilai belum memenuhi harapan nasabah padahal dianggap penting oleh nasabah yaitu prosedur pelayanan yang cepat dan mudah, Pengisian data-data pada saat transaksi mudah dimengerti, Akses *Internet* dapat dilakukan dirumah, warnet, perkantoran. Berdasarkan penilaian tingkat pelayanan dan pemetaan tersebut maka Bank NISP Kantor Pusat perlu mempertahankan pelayanan yang ada dengan menekankan upaya peningkatan kemampuan dan profesional petugas sehingga yang lemah dapat ditingkatkan.

**Kata Kunci** : *kepuasan nasabah, dimensi kualitas, perbankan*