

ABSTRAK

Internet merupakan salah satu pengaruh yang besar untuk saat ini. Manfaat yang ditimbulkan dari teknologi dan informasi terutama internet memberikan perubahan secara lebih cepat dan praktis terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat. Selain itu, kehadiran internet dan teknologi informasi menaikkan bisnis, salah satunya adalah transaksi *online* atau elektronik. Dunia digital berkembang hingga pada ekonomi digital di Indonesia. Bank di Indonesia melakukan strategi dalam menarik nasabah. Bank BSI merupakan bank syariah di Indonesia yang cukup terkenal. Untuk memenangkan persaingan Bank BSI menerapkan strategi melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada para nasabahnya. Hal tersebut dilaksanakan agar nasabah Bank BSI selalu mendapatkan kepuasan dari layanan yang telah diberikan oleh Bank BSI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Bandung dengan menggunakan dimensi dari SERVQUAL yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis kausal. *Non-probability sampling* dengan *purposive sampling* digunakan dalam pengambilan sampel minimal 384 responden nasabah Bank BSI di Kota Bandung. Pengumpulan data yang dilakukan adalah dari hasil kuesioner dengan skala *Likert*. Selain itu penelitian ini menggunakan teknis analisis data *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan menggunakan *software* SmartPLS (v4.0.9.5).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Dimensi *empathy* memiliki pengaruh yang paling tinggi dibandingkan yang lain.

Hasil penelitian ini Bank BSI diharapkan agar meningkatkan kualitas pelayanannya, dengan membagi jam kerja (*shift*) kepada karyawan, agar ketika nasabah membutuhkan bantuan dari Bank BSI, karyawan dari Bank BSI selalu siap untuk membantu nasabah.

Kata kunci: Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan