

INTISARI

Perkembangan zaman menuntun para pelaku usaha bergerak cepat mengimbangi tren yang ada dengan terus melakukan perubahan berdampingan dengan teknologi. Salah satu perusahaan yang terus melakukan inovasi terhadap pelayanan maupun teknologi yakni Bank Mandiri melalui *Smart Branch*. Adanya persaingan dalam dunia perbankan, memaksa Bank Mandiri terus aktif memberikan inovasi terbaru untuk memperoleh kepuasan nasabah. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri *Smart Branch* di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei dalam penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri yang pernah bertransaksi pada *Smart Branch* Bank Mandiri di Kota Yogyakarta. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis secara parsial dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri *Smart Branch* di Kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Citra Merek, Kepuasan Nasabah, *Smart Branch*

ABSTRACT

Current developments lead business actors to move quickly to keep pace with existing trends by continuing to make changes alongside technology. One company that continues to innovate services and technology is Bank Mandiri through Smart Branch. The existence of competition in the banking world forces Bank Mandiri to continue to actively provide the latest innovations to obtain customer satisfaction. This research discusses the influence of service quality, trust and brand image on customer satisfaction at Bank Mandiri Smart Branch in Yogyakarta City. This research uses a quantitative approach through survey methods in distributing questionnaires. The population in this study were Bank Mandiri customers who had made transactions at the Bank Mandiri Smart Branch in Yogyakarta City. The sample for this research consisted of 100 respondents obtained using purposive sampling technique. This research data is in the form of primary data obtained from the results of filling out questionnaires by respondents. Data analysis carried out in this research includes instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, partial hypothesis testing and coefficient of determination testing. The results of this research show that service quality and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Mandiri Smart Branch in Yogyakarta City.

Keywords: Service Quality, Brand Image Trust, Customer Satisfaction, Smart Branch