



INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari variable kualitas jasa pada kepuasan nasabah BRISyariah terhadap pelayanannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode CARTER yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) yang terdiri dari kepatuhan, jaminan, reliabilitas, wujud fisik, empati dan daya tanggap. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner dengan metode analisis menggunakan metode regresi. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank BRISyariah Jakarta dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variabel kepatuhan, jaminan, wujud fisik dan empati yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel reliabilitas dan daya tanggap tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : CARTER, Kepuasan pelanggan, Kualitas jasa, Bank Islam



ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of variable dimension of service quality on customer's satisfaction at BRISyariah. The variables used in this study are based on CARTER model who developed by Othman and Owen (2001) consist of compliance, assurance, reliability, tabgible, empathy and responsiveness. The research method is survey by using questionnaire. Population in this research is customer of Bank BRISyariah Jakarta. Purposive sampling was applied with number of samples in this study was 100 respondents. Data analysis method used in this study was multiple linear regression analysis. The result indicated that the variable of compliance, assurance, tangible and empathy positively affect on customer satisfaction. The variable of reliability and responsiveness did not positively affects on customer satisfaction.

Keywords: *CARTER, Customer satisfaction, Service quality, Islamic Banking*