

ABSTRAK

Perubahan yang dilakukan Bank Mandiri untuk memajukan perekonomian negara, di masa pandemi virus Corona saat ini, melanjutkan kampanye yang bertujuan untuk membatasi kegiatan sosial guna meningkatkan kualitas layanan. Bank Mandiri sendiri membuka layanan rekening secara online yang akan memudahkan nasabah maupun calon nasabah. Bank Mandiri menerapkan inovasi terbaru mempermudah proses pembuatan rekening tabungan. Calon nasabah harus menggunakan website pembukaan rekening online atau mendownload aplikasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data kuantitatif dalam bentuk angka dan umumnya dianalisis dengan statistik deskriptif atau inferensi. Artinya angka yang diperoleh diolah dan pengaruhnya terhadap rumusan masalah penelitian tertentu.

Pada sub-bab ini akan menguraikan tentang profil responden penelitian secara keseluruhan. Profil yang termasuk adalah pertanyaan filter yaitu responden merupakan nasabah simpanan di Bank Mandiri. Selain itu pertanyaan filter lainnya adalah profil responden yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.

Pada Kuesioner penelitian ini memiliki pertanyaan screening yang menentukan siapa responden nasabah simpanan di Bank Mandiri menjadi sampel pada penelitian ini. Penelitian ini dilakukan untuk menguji seberapa pengaruh E-Service Quality Efficiency, Fulfilment, Trust, Aesthetic, Responsiveness, dan ease of Use terhadap Keputusan pembelian pada produk Tabungan Now di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Tangerang Pondok Benda. Untuk penelitian selanjutnya, bisa ditambahkan variabel lainnya seperti Privacy, Contact, dan reability untuk mengetahui apakah variabel tersebut mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

Kata Kunci : *E-Service Quality Efficiency, Fulfilment, Trust, Aesthetic, Responsiveness, ease of Use, Keputusan Pembelian.*