

ABSTRAK

Indonesia saat ini sedang menghadapi pandemi Covid-19, yang mengakibatkan perubahan sistem perbankan dari yang awalnya secara manual menjadi perbankan digital atau elektronik. Sehingga, Covid-19 telah mengubah cara orang hidup, berinteraksi, dan keputusan dalam bertransaksi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan *E-Banking*, *Complaint Handling* dan *Relationship Marketing* terhadap *E-Satisfaction* Nasabah pada Masa Pandemi Covid-19. Sampel dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kota Baturaja Rahman Hamidi dengan penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis dengan Program SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan *E-Banking* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *E-Satisfaction* Nasabah pada Masa Pandemi Covid-19. Selanjutnya *Complaint Handling* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* Nasabah pada Masa Pandemi Covid-19. Dan *Relationship Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* Nasabah pada Masa Pandemi Covid-19. Sedangkan secara simultan atau bersama-sama seluruh variabel Kualitas Pelayanan *E-Banking*, *Complaint Handling* dan *Relationship Marketing* menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* Nasabah pada Masa Pandemi Covid-19.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan *E-Banking*, *Complaint Handling*, *Relationship Marketing* dan *E-Satisfaction* Nasabah.