

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harapan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Danamon Simpan Pinjam Cabang Demak. Faktor-faktor yang diduga menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan yang berfokus pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan, serta promosi dan harapan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan dan kredit yang melakukan transaksi di Bank Danamon Simpan Pinjam Demak. Data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden nasabah Bank Danamon Simpan Pinjam Demak. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Jenis datanya adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik analisis data ini meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 0,048 + 0,283 X1 + 0,233X2 + 0,599X3 + 0,68$$

Variabel kepuasan nasabah (Y), kualitas pelayanan (X1), promosi (X2), dan harapan pelanggan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan faktor harapan pelanggan ($\beta_3 = 0,599$) menjadi faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen kepuasan nasabah. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,523 menunjukkan bahwa 52,3 persen variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, promosi, dan harapan pelanggan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 47,7 persen dijelaskan oleh faktor selain kualitas pelayanan, promosi dan harapan nasabah.

Kata kunci: Kepuasan Nasabah, kualitas pelayanan, promosi, dan harapan nasabah

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of service quality, promotion, and customer expectations, on customer satisfaction on Bank Danamon Simpan Pinjam Cabang Demak. Suspected factors determining customer satisfaction is the customer's perception of the quality of care that focuses on the five dimensions of service quality that is realibility, responsive, assurance, emphaty, tangible, promotion, and customer expectionations.

Population in this study is a customer savings and credit transactions in the Bank Danamon Simpan Pinjam Cabang Demak. Data were collected through questionnaire method on 100 respondents Danamon bank customers. Sampling techniques in the study conducted by purposive sampling technique. type of data is the primary data and secondary data. Analytical technique used is multiple linear regression. Data analysis techniques include test validity and reliability, classical assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing via t test and F test, and analysis of determination koefisian (R^2). The analysis derived from the regression equation :

$$Y = 0,048 + 0,283 X1 + 0,233X2 + 0,599X3 + 0,68$$

Variable customer satisfaction (Y), service quality (X1), promotion (X2), and customer expectations (X3) positive and significant impact on customer satisfaction. Of the regression coefficients obtained results showed ($\beta = 0,599$) customer expectations factor into the dominant factors affecting customer satisfaction. Hypothesis testing using t-test showed that the three independent variables were thoroughly proved positive and significant consequences for the dependent variable customer satisfaction. Then F test can be determined through testing that the three independent variables is feasible to test the dependent variable customer satisfaction. Figures adjusted R square of 0,523 indicates that 52,3% customer satisfaction variables can be explained by the quality of service, promotion, and customer expectations in a regression equation. While the remaining 47,7% is explained by factors other than the quality of service, promotion and customer expectations.

Keywords: Customer satisfaction, service quality, promotion, and customer expectations