

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, CITRA PERUSAHAAN, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BANK CENTRAL
ASIA TBK.**

SKRIPSI

Program Studi Ekonomi Manajemen/Pemasaran



OLEH :

NAMA : ASI LESTARI

NIM : 041201503125159

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

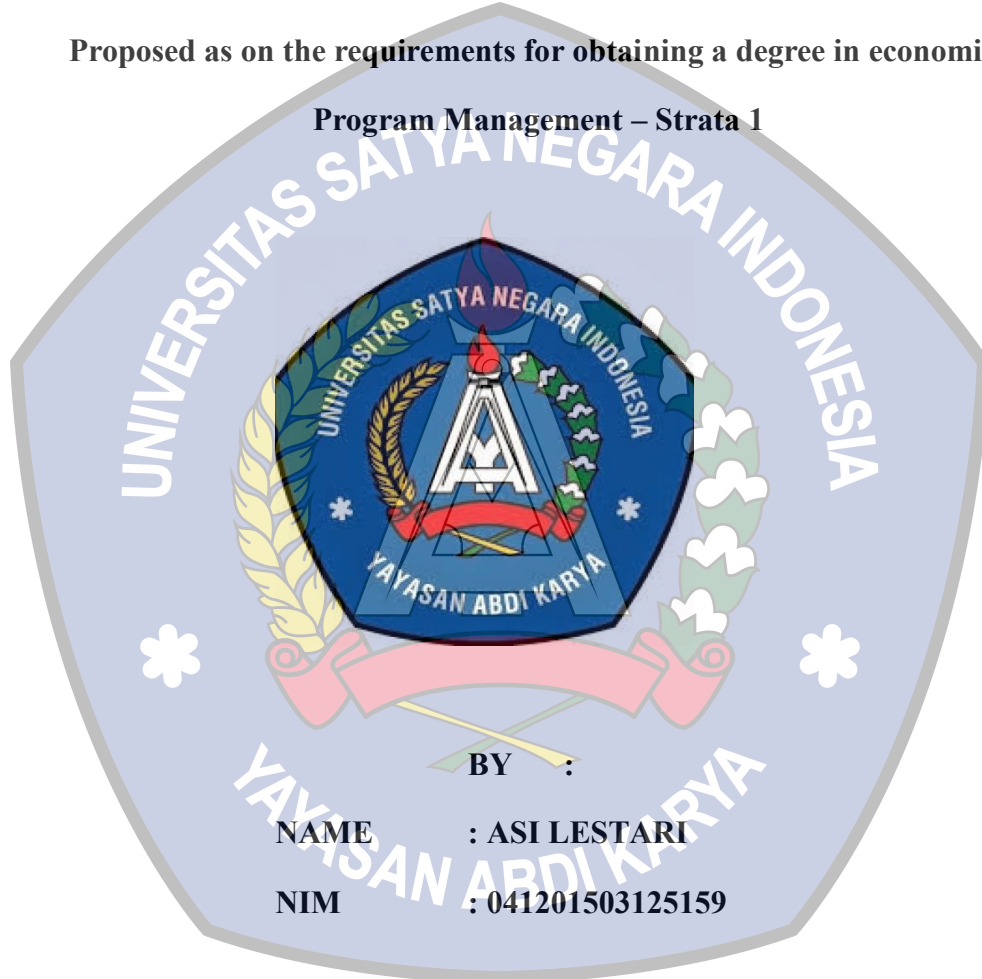
2017

**ANALYST THE INFLUENCE PRODUCT, CORPORATE IMAGE AND
QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT BANK
CENTRAL ASIA Tbk.**

ESSAY

Proposed as on the requirements for obtaining a degree in economics

Program Management – Strata 1



BY :

NAME : ASI LESTARI

NIM : 041201503125159

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Central Asia Tbk. Data yang diperoleh dari responden nasabah prioritas yang dijadikan sampel dengan cara pengisian kuisioner. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan keseluruhan populasi sebanyak 60 responden dan penelitian ini menggunakan metode Uji Parsial dan Uji signifikansi simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Central Asia dengan nilai $0,134 > 0,05$, Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Central Asia dengan nilai $0,00 < 0,05$, Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Central Asia dengan nilai $0,01 < 0,05$, dan produk, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0,000$.

Kata kunci : Produk; Citra perusahaan; Kualitas pelayanan; Kepuasan nasabah.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of the product, corporate image, and quality of service to customer satisfaction PT Asia Central Bank. This data was obtained from the respondents priority customers that were sampled by means of filling the questionnaire. Sampling in this study using the whole population of 60 respondents and the research use partial test methods and test simultaneous significance. The results of this study indicate that partial products are not disignifikan effect on customer satisfaction PT Asia Central Bank by value $0,134 > 0,05$. Corporate image significantly influence customer satisfaction PT Asia Central Bank by value $0,00 < 0,05$. Service quality significantly influence customer satisfaction PT Asia Central Bank by value $0,01 < 0,05$. Products, corporate image, and the quality of service related to simultaneous and significant impact on customer satisfaction with significant value 0,000.

Keywords : Products; corporate image; the quality of service; customer satisfaction.