

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”

(Studi Kasus Pada BNI Syariah Fatmawati Cabang JAKARTA SELATAN)

SKRIPSI

Program Studi Manajemen Pemasaran Strata I



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2016

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN, DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”

(Studi Kasus Pada BNI Syariah Fatmawati Cabang JAKARTA SELATAN)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen –Strata I



Disusun oleh

Nama : AKHMAD SIGIT IVANTO

NIM : 041101503125024

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2016

ABSTRACT

We aimed to test Analysis of Service Quality , Customer Value and Product Attributes on Customer Satisfaction BNI Syariah with a population of 135 customers . Probability Sample used with Simple Random Sampling technique using the formula Slovin produce 100 questionnaire respondents on variables Quality of Service (X1) , Customer Value (X2) , Product Attribute (X3) and Satisfaction Services (Y) .

Testing method Test t of 0.214 and 0.390 f test . By using the 0.05 limit , then the significance value less than 0.05 . Results of regression calculation can be seen that the coefficient of determination (adjusted R²) obtained at 0,020 0.20% This means customer satisfaction variable variation can be explained by the variable quality of service , customer value and product attributes , while the rest of 100 % - 20 % = 80 % explained by other variables not proposed in this study .

Key words: Quality Service, Customer's Value, Product Attributes, Customer's Satisfaction.



ABSTRAK

Peneliti bertujuan melakukan pengujian Analisis terhadap Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Atribut Produk pada Kepuasan Pelanggan BNI Syariah dengan Populasi 135 para pelanggan. Sampel yang digunakan *Probability* dengan teknik *Simpel Random Sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin* menghasilkan 100 kuesioner responden dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Nilai Pelanggan (X_2), Atribut Produk (X_3) dan Kepuasan Pelayanan (Y).

Metode pengujian Uji t sebesar 0,214 , dan Uji F 0,390. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,020 Hal ini berarti 0,20% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan atribut produk, sedangkan sisanya sebesar $100\% - 20\% = 80\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Atribut Produk, Kepuasan Pelanggan.

