

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Windu Kentjana Internasional cabang Menara Dea. Yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah para nasabah dan calon nasabah yang datang ke Bank Windu Kentjana Internasional cabang Menara Dea. Dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, studi kepustakaan dan observasi. Penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 nasabah Bank Windu Kentjana Internasional cabang Menara Dea. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Windu Kentjana Internasional cabang Menara Dea dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Windu Kentjana Internasional cabang Menara Dea. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai positif dan signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesis.

Kata Kunci : Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Menjadi Nasabah



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product and service quality to the decision to become a customer at Bank Windu Kentjana Internasional Menara Dea. That is the subject of this research is the customers who come to Bank Windu Kentjana Internasional Menara Dea. And samples in this study is 100 respondents. The data collection techniques used were questionnaires, literature study and observation. Authors distributed questionnaires to 100 customers of Bank Windu Kentjana Internasional Menara Dea. Data analysis method used is multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that partial, product influence to decision to become a customer at Bank Windu Kentjana Internasional Menara Dea, variable service quality influence to decision to become a customer at Bank Windu Kentjana Internasional Menara Dea. This is evidenced from the results of the partial test (t test) demonstrated the positive and significant value of the two independent variables that support the hypothesis.

Keywords: *Product, Service Quality, The Decision to Become a Customer*

