

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the service quality, product quality and promotion on satisfaction. Respondents of Bank DKI Syariah of Cengkareng Branch were taken as a case study. Both primary and secondary data were employed. Secondary data were gathered from various sources such as journals, books and other related publication. Primary data were gathered using questionnaire which were distributed to the target respondents. Using a convenience sampling technique, a total of 100 responses were gathered. Using path analysis method, the result showed that service quality, product quality and promotion partially and simultaneously had a significant effect on customer satisfaction. It is suggested this result can develop strategies of service quality, product quality and promotion which able to increase customer satisfaction

Keywords: service quality, product quality, promotion, customer satisfaction



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan nasabah Bank DKI Syariah cabang Pembantu Cengkareng. Data penelitian berasal responden Bank DKI Syariah Cengkareng yang diambil sebagai sebuah studi kasus. Baik data primer dan sekunder dikerahkan. Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dan publikasi terkait lainnya. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan untuk target responden. Menggunakan teknik sampel, total tanggapan yaitu 100 orang yang dijadikan sampel penelitian. Menggunakan metode analisis jalur, hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi sebagian dan sekaligus memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen. Disarankan agar dapat mengembangkan strategi dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, kepuasan nasabah

