

ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the Effect of Co-Creation, Communal Activation and Caring on Customer Decision using Banking Services of Bank BTN that Impact on Customer Satisfaction (Case Study Student Card Utilization in Faculty of Da'wah and Communication UIN Walisongo Semarang Co-Branding Bank BTN). The population in this research is active students Faculty of Da'wah and Communication period 2016 - 2017. The sampling method used is purposive sampling with main criteria are having and using student card at least one times. The type of data used in this study is primary data obtained directly from the results of questionnaires distributed to 233 respondents. The method analysis used in this research is Multiple Linear Regression with Statistical Product Service Solution (SPSS) software version 24. Result of research indicate that Co-Creation has significant effect on Customer Decision, Communal Activation has significant effect on Customer Decision, Caring has significant effect on Customer Decision; Co-Creation, Communal Activation and Caring have significant effect on Customer Decision simultaneously; and Co-Creation, Communal Activation, Caring and Customer Decision have significant effect on Customer Satisfaction simultaneously.

Keywords: Co-creation, Communal Activation, Caring, Customer Decision, Customer Satisfaction

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Co-Creation*, *Communal Activation* dan *Caring* terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Bank BTN yang Berdampak pada Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pemanfaatan KTM Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang *Co-Branding* Bank BTN). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi tahun ajar 2016 – 2017. Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria utama yaitu memiliki dan bertransaksi menggunakan KTM minimal satu kali. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada 233 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan *software Statistical Product Service Solution* (SPSS) versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *co-creation* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, *communal activation* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, *caring* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah; *co-creation*, *communal activation*, dan *caring* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah; dan *co-creation*, *communal activation*, *caring* dan keputusan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Produk, Lokasi, Pelayanan, Keputusan Nasabah, Kepuasan Nasabah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA