

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN SERTA IMPLIKASI PADA LOYALITAS NASABAH PT. RABOBANK INTERNASIONAL INDONESIA (Studi Kasus Pada Produk CASA dan DEPOSITO di Cabang Tanah Abang Jakarta)

Rabobank Indonesia adalah anak perusahaan dari Rabobank Group yang merupakan salah satu penyedia layanan jasa keuangan terbesar di Belanda. Rabobank Indonesia mengawali bisnisnya pada September 1990 dengan memberikan layanan perbankan korporasi. Seperti perusahaan induknya di Belanda, Rabobank Indonesia memiliki pengetahuan yang baik mengenai *Food and Agribusiness* (pangan dan agribisnis). Rabobank Indonesia memiliki rencana untuk tumbuh cepat dan menjadi salah satu bank terdepan dalam memenuhi kebutuhan bisnis dan pengusaha *Food and Agribusiness*.

Perkembangan Rabobank Indonesia khususnya di DKI Jakarta sangat menjanjikan. Rabobank Indonesia menempati peran yang sangat penting dalam sektor ekonomi, terutama dalam mendukung perkembangan usaha Retail. Salah satu Cabang Rabobank Indonesia yang mampu mengikuti persaingan ketat sehingga mampu memenangkan persaingan dengan Bank pesaing adalah Rabobank Cabang Tanah Abang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui **Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Serta Implikasi Pada Loyalitas Nasabah PT. Rabobank International Indonesia (Studi Kasus Pada Produk CASA dan DEPOSITO di Cabang Tanah Abang Jakarta)**

Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah CASA dan Deposito Rabobank Cabang Tanah Abang, dan telah menjadi nasabah minimal selama 12 bulan. Jumlah Responden dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden dengan tehnik pengambilan sampel yang disebar. Penelitian ini menggunakan analisis *Structur Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program Data Statistik program Lisrel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Nasabah, 2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi dengan Kepuasan Nasabah, 3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan promosi terhadap Kepuasan Nasabah, 4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara produk dengan Loyalitas Nasabah, 5. Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi dengan Loyalitas Nasabah, 6. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah. 7. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk, Promosi, dengan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas

Disarankan kepada peneliti yang akan datang untuk memperluas ruang lingkup penelitian tidak hanya pada satu Cabang Rabobank Indonesia tetapi mencakup Rabobank Indonesia cabang lain. Dan untuk manajemen sebaiknya melakukan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam hal *Product Knowledge* dengan memberikan pelatihan khusus kepada Frontliners Staff untuk meminimalisasi keluhan dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

THE EFFECT OF QUALITY PRODUCTS AND PROMOTION TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AND IMPLICATIONS TO CUSTOMER LOYALTY PT. RABOBANK INTERNATIONAL INDONESIA (Study Case CASA Products and Time Deposit on Rabobank Tanah Abang Jakarta Branch)

Rabobank Indonesia is a subsidiary of Rabobank Group, which is one of the largest financial services providers in the Netherlands. Rabobank Indonesia started its business in September 1990 to provide corporate banking services. As the head office company in the Netherlands, Rabobank Indonesia has a good knowledge of the Food and Agribusiness (food and agribusiness). Rabobank Indonesia has plans to grow rapidly and to become one of the leading banks of businesses and entrepreneurs Food and Agribusiness.

The growth of Rabobank Indonesia, especially in Jakarta is very promising. Rabobank Indonesia occupies a very important role in the economic sector, especially in supporting the development of the retail business. One of branch Rabobank Indonesia are able to follow a tough competition so as the win with the competitors Bank is Rabobank Tanah Abang Branch. The aim of this research is to find out of **The Effect Of Quality Products and Promotion Towards Customer Satisfaction And Implication to Customer Loyalty (Study Case CASA Products and Time Deposit on Rabobank Indonesia Tanah Abang Jakarta Branch)**.

The respondents on this research are customers of CASA and Time deposit on Rabobank Tanah Abang Branch, and they have become customer for at least 12 months (one year). The number of respondents in this research is set of 100 respondents by using sampling technique. This research used analysis of Structural Equation Modeling (SEM) with the help of LISREL program.

The results of this research showed that: 1. There is a positive and significant influence towards Quality Products with Customer's Satisfaction, 2. There is a positive and significant influence towards promotion to Customer's Satisfaction, 3. There is a positive influence and significant towards product quality and promotion of Customer's Satisfaction, 4. There is a positive and significant influence of the product with the Customer's Loyalty, 5. There is no positive and significant influence towards promotion to Customer's Loyalty, 6. There is a positive and significant influence towards the Loyalty Customer's Satisfaction. 7. There is a positive and significant influence of Quality Product, Promotion towards the Satisfaction and Loyalty Customers.

Recommended for further researchers to expand the scope of the research is not just only one Rabobank Indonesia Branch but include of the others Rabobank Indonesia Branchs. And for Management of Rabobank Indonesia should to conduct evaluation and improved the Service in case of Responsiveness by giving special training for customer service to minimize complaint in order to increase satisfaction and customer loyalty.

Key words: Quality Product, Promotion, Satisfaction, and Customer Loyalty