

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH

(Studi kasus pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta)

Oleh : Swasti Saraswati

NIM : 20120730137

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan personal selling terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan data primer. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga yang berjumlah 3034, sedangkan jumlah sample 85 responden yang diambil menggunakan teknik random sampling. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan variabel kualitas pelayanan dengan dimensi tangibles, reliability, dan assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Faktor yang lebih dominan yang merupakan pendorong kepuasan nasabah adalah dimensi tangibles, hal ini dibuktikan dengan nilai beta sebesar 0,355. Nilai beta tangibles lebih tinggi dibandingkan lainnya, hal ini dapat diketahui dari nilai beta reliability sebesar 0,230 dan assurance sebesar 0,204. Sehingga dimensi tangibles, reliability, dan assurance dapat mendorong kepuasan nasabah. Secara simultan, kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,000 sedangkan pada personal selling memiliki nilai signifikansi 0,090. Sehingga dapat disimpulkan, secara simultan variabel kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan nasabah PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Personal Selling, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE SERVICE QUALITY AND PERSONAL SELLING TO CUSTOMER SATISFACTION

**(Case study at PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga
Yogyakarta)**

The purpose of this study was to determine the influence of the service quality and personal selling on customer satisfaction in PT BPR Syariah Warga Yogyakarta. This research used a quantitative approach, using primary data. The population of the study is 3034 customers PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta, while the number of samples are 85 respondents, taken by random sampling technique. The instrument analysis used linear multiple regression. The result of this research indicates that service quality variable, with the dimensions of tangibles, reliability, and assurance, has a positive and partial significant effect toward customer satisfaction. A dominant factor that is driving customer satisfaction is the dimensions of tangibles, this is proven by a value of 0,355 beta. The beta value of tangibles is higher than others, it can be known from the beta value of reliability of 0,230, and assurance of 0,204. So tangibles, reliability, and assurance stimulate customer satisfaction. Simultaneously, the quality of services had a significance value of 0,000 while in personal selling had a significance of 0,090. So it can be concluded that, the service quality influences the customer satisfaction of PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta.

Keyword : Service Quality, Personal Selling, Customer Satisfaction