

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan hubungannya dengan perilaku post purchase behavior : studi pada nasabah bank syariah mandiri cabang depok

Kaban, Reny Fitriana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=122739&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Depok terhadap kepuasan nasabah supaya bank syariah dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para nasabahnya. Penelitian ini juga bertujuan men supaya bank syariah dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para nasabahnya guji hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dengan perilaku post purchase behavior sebagai dasar penetapan strategi pemasaran dan pengembangan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Depok. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Data tersebut diperoleh dengan cara membuat kuesioner dengan skala Likert dan meminta responden yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri di wilayah Depok untuk mengisinya. Adapun teknik pengambilan datanya menggunakan non probability sampling, yakni pengambilan sampel yang dilakukan secara subjektif oleh peneliti terhadap elemen berkaitan dengan penyediaan data yang dibutuhkan. Berdasarkan tujuan penelitian ini maka teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi, uji t dan uji Chi Kuadrat.

Hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa, pertama, kualitas pelayanan Bank Syariah secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kedua, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah assurance atau kepercayaan. Ketiga, hanya perilaku loyalitas yang berhubungan signifikan dengan kualitas pelayanan, sedangkan perilaku bayar lebih, pindah dan respon eksternal tidak terbukti berhubungan signifikan. Keempat, terdapat hubungan signifikan antara kepuasan nasabah dan keenan perilaku post purchase behavior. Keenam perilaku tersebut adalah membicarakan hal-hal positif kualitas pelayanan bank syariah kepada orang lain, merekomendasikan jasa bank syariah kepada orang lain, tetap loyal dengan bank syariah, mengalihkan bisnis kepada kompetitor karena harga yang lebih baik, mengeluh kepada nasabah lain dan mengeluh kepada pihak ketiga.

This research aims to evaluate how big is the effect of service quality Bank Syariah Mandiri Branch Depok, which inform it has an effect to the customer satisfaction. It also wants to examine the relation between service quality and customer satisfaction with post purchase behavior as basic of marketing strategy decision and development of Bank Syariah Mandiri Branch Depok The database used in this research is primary data taken from making Likert scale questionnaire and asking the respondents from Bank Syariah Mandiri Branch Depok to fill it. Meanwhile, the technical data used are non probability sampling that takes sample subjectively on element with data needed. Based on the aims of this research, this research uses regression analysis, t test and Chi Square test.

The result shows that firstly, service quality of sharia bank collectively has positive effect to customer satisfaction. Secondly, the variable which has the most effect to customer satisfaction is assurance. Thirdly,

only loyalty behavior is significantly related with customer satisfaction. However, pay more behavior, switch and external responses are not proven. Fourthly, there are significant relations between customer satisfaction and six post purchase behavior. The six post purchase behavior consist of saying positive things about sharia bank to other people, recommending sharia bank to others, remaining loyal to sharia bank, and switching to competitors, saying negative things to other customers and complaining to external agencies.</i>