

INTISARI

Latar belakang pemilihan topik “kepuasan pelanggan” karena kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang sangat penting, terutama dalam bidang industri maupun usaha dibidang jasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan (*customer*) semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan. Berdasarkan gejala yang ada bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bank BCA Darmo Surabaya. Adapun konsep teori yang digunakan adalah menurut **Kotler (2004;283)**, yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan erat sekali hubungannya dengan produk dan layanan yang berkualitas. Kualitas ini berpengaruh langsung dengan kemampuan produk dan layanan tersebut untuk memuaskan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bank BCA Darmo Surabaya. Variabel terikat (kepuasan pelanggan) dan variabel bebas (kualitas produk dan kualitas layanan) sedangkan pola hubungan antar variabel adalah kausal atau sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan baik pria maupun wanita yang memiliki produk tabungan, kartu ATM dan kartu kredit BCA Darmo Surabaya, menggunakan produk Bank BCA Darmo Surabaya minimal 2 kali dalam sebulan dan mengunjungi Bank BCA Darmo minimal 2 kali dalam setahun, yang berdomisili di Surabaya, berumur di atas 17 tahun, dan berpendidikan minimal SMU/Sederajat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel *Convenience Sampling*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Numerical Scale*, yaitu dengan menggunakan tujuh skala, dengan dengan dua ujung dimana setiap ujung dari pernyataan tersebut ditutup dengan kata yang jelas berlawanan.

Berdasarkan hasil analisis data secara keseluruhan menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bank BCA Darmo Surabaya

Kata kunci : *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

Customer satisfaction was chosen as a topic because customer satisfaction is very important, either in industry or service. Due to the advancement of communication and information, the competition grow tight and customers are provided with many option and not easily satisfied because there is a changing of trend from consumption only to fullfill need into consumption to fullfill expectation and satisfaction. Existed situation shows that there is an influence of product quality and service quality to the customer satisfaction at BCA Bank Darmo Surabaya. The theoretical concept used is by Kotler (2004;283), which explain that customer satisfaction have a strong relation to a quality product and service. This quality have a direct connection to the ability of that product and service to satisfy customer.

The purpose of this research is to find, analyze, and prove the influence of product and service quality to the customer satisfaction of BCA Bank Darmo Surabaya. The dependent variable is customer satisfaction and independent variables are product quality and service quality and the relation pattern is causal. Population of this research is man and woman who have Savings Product, ATM Card, and Credit Card BCA Darmo Surabaya, use BCA Bank Darmo Surabaya product minimum twice a month and service twice a year, resident of Surabaya, age 17 and beyond, and have high school degree as their latest education. The technique used for sampling is non probality sampling with conveniencel sampling technique. Assessment scale used in this research is numerical scale, which use seven scale and with two point in which each end have opposite meaning.

Based on data analysis shows that there is influence of product and service quality to the customer satisfaction of BCA Bank Darmo Surabaya

Keyword: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*