

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan sebagai langkah strategik dalam membangun minat mereferensikan. Perumusan masalah penelitian berangkat dari diidentifikasi masalah pada PT. BPR Setia Karib Abadi Semarang yang menunjukkan terjadinya penurunan aktivitas perbankan yang dilakukan oleh nasabah dan tingginya keluhan nasabah. Oleh karenanya permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut : bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan agar minat mereferensikan meningkat sesuai dengan harapan perusahaan. Selanjutnya variabel dan indikator penelitian juga didasarkan pada penelitian terdahulu. Sebuah model telah dikembangkan dan tiga hipotesis telah dirumuskan untuk menjawab masalah penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel menggunakan quota dan purposif sampling. Responden dari penelitian ini berjumlah 114 responden, dimana responden adalah 114 sampel para nasabah pada PT. BPR Setia Karib Abadi Semarang. Alat analisa data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) pada program AMOS 4.01.

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan model dan hasil penelitian dapat diterima dengan baik. Dan selanjutnya hasil penelitian ini membuktikan mutu pelayanan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat mereferensikan. Implikasi manajerial dan agenda penelitian juga dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci : : Mutu Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan serta Minat Mereferensikan



SEMARANG  
FEB UNDIP