**JURNAL**

**PENGARUH PROMOSI DAN BUKTI FISIK TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH KARTU KREDIT BNI**

**DI WILAYAH BANDUNG**

**OLEH :**

**DWINTA MAYASARI**

**NIM 138020215**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCASARJANA**

 **UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2019**

**ABSTRAK**

Mayasari, Dwinta, 2019. Pengaruh Promosi dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya terhadap Loyalitas Nasabah Kartu Kredit BNI di Wilayah Bandung. Program studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung. Pembimbing (I) Dr. H. Undang Juju, SE., MP, (II) Dr. Tita Setiawati, SE., MM.

Tujuan Penelitian ini adalah; (a) tanggapan nasabah mengenai promosi kartu kredit BNI, (b) tanggapan nasabah mengenai bukti fisik kartu kredit BNI, (c) tingkat kepuasan nasabah kartu kredit BNI, (d) loyalitas nasabah kartu kredit BNI, (e) mengetahui besarnya pengaruh promosi dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah kartu kredit BNI secara simultan dan parsial, dan (f) mengetahui besarnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah kartu kredit BNI. Peneliti menggunakan metode deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *simple random sampling* kepada 100 responden nasabah kartu kredit BNI di Wilayah Bandung. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) untuk melihat hubungan antar variable yang diteliti. Adapun hasil dari analisis data penelitian diperoleh bahwa; (a) tanggapan nasabah mengenai promosi berada dalam kriteria tidak baik, (b) tanggapan nasabah mengenai bukti fisik berada dalam kriteria cukup baik (c) tanggapan nasabah mengenai kepuasan berada dalam kriteria cukup baik, (d) tanggapan nasabah mengenai loyalitas berada dalam kriteria cukup baik, (e) diketahui secara parsial maupun simultan promosi dan bukti fisik berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah kartu kredit, dan (f) kepuasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah.

**Kata Kunci :** Promosi, Bukti Fisik, Kepuasan, Loyalitas

**ABSTRACT**

*Mayasari, Dwinta, 2019. The Effect of Promotion and Physical Evidence on Customer Satisfaction and Its Implications on the Loyalty of BNI Credit Card Customers in Bandung Region. Master of Management Study Program Marketing Management Concentration, Pasundan University Bandung Postgraduate Program. Advisor (I) Dr. H. UU Juju, SE., MP, (II) Dr. Tita Setiawati, SE., MM.*

*The purpose of this study is; (a) customer responses regarding BNI credit card promotions, (b) customer responses regarding physical evidence of BNI credit cards, (c) level of satisfaction of BNI credit card customers, (d) loyalty of BNI credit card customers, (e) knowing the magnitude of the influence of promotions and physical evidence of the satisfaction of BNI credit card customers simultaneously and partially, and (f) know the magnitude of the effect of satisfaction on BNI credit card customer loyalty. Researchers use descriptive methods, with quantitative approaches. The sampling technique used was simple random sampling to 100 respondents of BNI credit card customers in the Bandung Region. This study uses the path analysis method (path analysis) to see the relationship between the variables studied. The results of the analysis of research data obtained that; (a) customer responses to promotions are in the unfavorable criteria, (b) customer responses to physical evidence are in good enough criteria (c) customer responses regarding satisfaction are in good enough criteria, (d) customer responses regarding loyalty are in the adequate criteria either, (e) partially or simultaneously known promotions and physical evidence have a significant and positive effect on credit card customer satisfaction, and (f) satisfaction has a significant and positive effect on customer loyalty.*

***Keywords:*** *Promotion, Physical Evidence, Satisfaction, Loyalty*

**DAFTAR PUSTAKA**

1. Akbar, Dinnul Alfian. (2016). Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Cabang Palembang). I-Economic Vol.2 No.1, Juli 2016.
2. Alma, Buchari. (2013). Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
3. Bisri, Herlin Widasiwi. (2018). Analisis Faktor Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Cinere). Jurnal Moneter Vol. V No, 1, April 2018.
4. Griffin, Jill. (2012). *Customer* *Loyalty How to Earn it, How to Keep it,* dialih bahasakan oleh Dwi Kartini Yahya. *Lexington Books.*
5. Handayani, Rini. (2013). *The Influence of Retailing Mix Peformance on The Customer Loyalty (Survey of Customer Department Store in Bandung)*. *The International Seminar and Conference (ISC) on Islamic Economics and Beyond*, 11 September 2014.
6. Hurriyati, Ratih. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: CV Alfabeta.
7. Indriantoro dan Supomo, Nurdan Bambang. (2012). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
8. Koesworodjati, Yudhi. (2013). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Ancangan Pemikiran Startegis). Bandung: FE Unpas.
9. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2015), *Marketing Management*, *15th edition*, *Pearson Education*.
10. Kuswanto, Adi. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Danamon Jakarta. Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol 14 No. 2.
11. Lovelock, and Jochen Wirtz, (2017*), Service Marketing : People, Technology, Strategy, 8th edition, World Scientific.*
12. Manampiring, Willem J.A.F Tumbuan, dan Rudy S. Wenas. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri Tbk. Manado. Jurnal EMBA Vol. 4 No. 2, Juni 2016.
13. Narimawati, Umi. (2011). Penulisan Karya Ilmiah : Panduan awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi pada Fakultas Ekonomi UNIKOM. Bekasi: Genesis.
14. Ratnasari, Ririn Tri dan Aksa, Mastuti H. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
15. Riduwan dan Kuncoro, Engkos A. (2017). Cara Menggunakan dan Memakai *Path Analysis* (Analisis Jalur). Bandung: Alfabeta.
16. Rimenta, Tetty., Lipuringtyas, Cristina., dan Pratminingsih, Sri Astuti. (2013). *Factors Influencing Customer Loyalty Toward Online Shopping*. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, *Vol. 4 Issue No. 3.*
17. Samsiyah, Siti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Sidoarjo. Majalah Ekonomi ISSN No. 1411-9501 Vol. XXI No. 1, Juli 2016.
18. Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
19. Sugiyono. (2012). Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
20. Sule, Ernie Tisnawati dan Saefullah, Kurniawan. (2015). Pengantar Manajemen Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
21. Sunyoto, Danang. (2014). Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta : CAPS.
22. Sunyoto, Danang. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
23. Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.
24. Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogya.
25. Triska, Zulkarnain, dan Lilis Sulistyowati. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Bank terhadap Kepuasan dan implikasinya terhadap Loyalitas Debitur BPR di Wilayah Riau Pesisir. Jurnal Tepak Manajemen Vol. VI No. 2, Mei 2014.
26. Wulan, Yuni Ratna. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Suku Bunga Kredit terhadap Kepuasan Nasabah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Tingkir Salatiga, Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta ISSN 2085-2215 Vol. 14 No. 1, 1 Januari 2016.
27. Zeithaml, et.al, (2013), *Services Marketing (Integration Marketing Customer Focus Across the Firm), 7th edition, New York : McGraw-Hill Education.*
28. ***Website* :**
29. www.bi.go.id (Diakses 01 Juni 2018)
30. www.bni.co.id (Diakses 01 Juni 2018)
31. www.doaj.org (Diakses 22 Oktober 2018)
32. www.scholar.google.co.id (Diakses 22 Oktober 2018)