

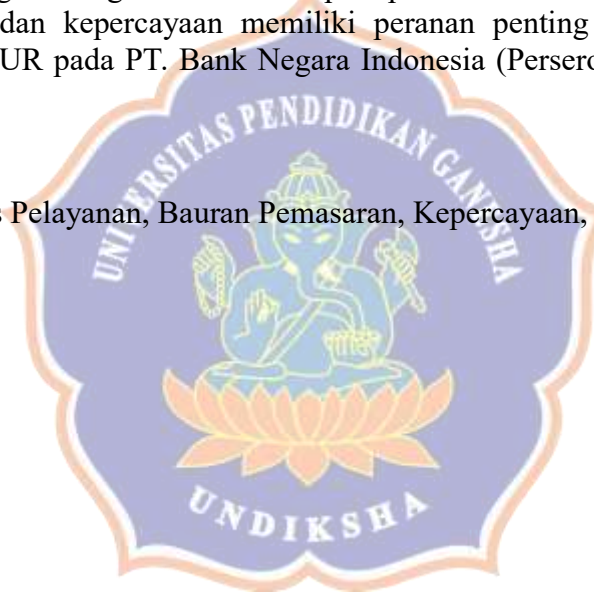
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tanjungpinang. Fenomena dalam penelitian ini adalah terjadinya penurunan jumlah nasabah KUR pada tahun 2022–2024 yang diduga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, strategi bauran pemasaran, dan tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KUR PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tanjungpinang dengan jumlah sampel sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, bauran pemasaran, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan, bauran pemasaran, dan kepercayaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah KUR pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tanjungpinang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, marketing mix, and trust on customer satisfaction of People's Business Credit (KUR) at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Tanjungpinang Branch Office. The phenomenon in this study is a decline in the number of KUR customers from 2022–2024, which is suspected to be influenced by service quality, marketing mix strategy, and customer trust in the bank.

The research method used was quantitative. The population in this study were KUR customers of PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Tanjungpinang Branch Office, with a sample size of 91 respondents. Data collection was conducted through a Likert-scale questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis using SPSS version 23.0.

The results showed that service quality, marketing mix, and trust significantly influenced customer satisfaction. Service quality, marketing mix, and trust play an important role in increasing KUR customer satisfaction at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Tanjungpinang Branch Office.

Keywords: Service Quality, Marketing Mix, Trust, Customer Satisfaction.

