

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL, KUALITAS
PELAYANAN, DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT. BPR SENTRAL ARTA ASIA LUMAJANG**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dan pengaruh komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data adalah primer dan data sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 6.400 orang dan seluruhnya merupakan nasabah PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Metode analisis data yang adalah analisis linier berganda dengan uji (t) dan koefisien determinasi (R^2). Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan citra bank memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sebanyak 54,9% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan, dan citra bank. Sedangkan sisanya sebesar 45,1 % kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti kualitas produk dan lain lain.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan, Citra Bank dan Kepuasan Nasabah

THE INFLUENCE OF INTERPERSONAL COMMUNICATION, SERVICE QUALITY, AND BANK IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT. CENTRAL BPR ARTA ASIA LUMAJANG

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the description and influence of interpersonal communication, service quality and bank image on customer satisfaction at PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. The research used in this study is quantitative data. Data sources are primary and secondary data. The population in this study were 6,400 people and all of them were customers of PT. BPR Sentral Arta Asia Lumajang. Data was collected by means of a questionnaire. The data analysis method is multiple linear analysis with test (t) and coefficient of determination (R²). The results of the analysis in this study indicate that interpersonal communication does not have a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and bank image has a positive and significant influence on customer satisfaction. The result of the coefficient of determination (R²) shows that 54.9% of customer satisfaction can be explained by independent variables consisting of interpersonal communication, service quality, and bank image. While the remaining 45.1% customer satisfaction is influenced by other variables not examined such as product quality and others.

Keywords: Interpersonal Communication, Service Quality, Bank Image and Customer Satisfaction