

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah
Bank IBK Indonesia Cabang Palang Merah Medan**

Kevin Wijaya ¹⁾, Erick Junesia ²⁾

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia**

ABSTRAK

Objek penelitian dilakukan di Bank IBK Indonesia. Tujuan dari bank adalah untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Pelayanan untuk kebutuhan nasabah menggunakan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang dimiliki Bank IBK Indonesia ini belum ada. Bank IBK Indonesia tidak menyediakan pelayanan mesin ATM bank sendiri tetapi menggunakan pelayanan ATM bersama sehingga nasabah agak kecewa. Bank IBK Indonesia juga melakukan promosi produk perbankannya agar nasabah lebih mengenal produknya. Namun pelaksanaan promosi produk Bank IBK Indonesia hanya melalui brosur yang diberikan kepada nasabah yang berkunjung ke Bank IBK Indonesia sehingga banyak nasabah yang kurang mengenal produknya. Promosi produk yang dilakukan Bank IBK Indonesia per bulan dan brosur tidak diberikan kepada pengunjung bank secara keseluruhan namun hanya nasabah tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Penentuan penggunaan populasi sejumlah 60 orang dan 30 orang untuk pengujian data validitas. Penggunaan teori pada pemasaran tentang kualitas pelayanan, produk, promosi dan loyalitas. Pendekatan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan kuantitatif pada seluruh metode yang diggunakan. Data yang dikumpulkan melalui proses wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Analisa yang digunakan mencakup metode regresi berganda, koefisien determinasi dan uji simultan (Uji-F) ($3,322 > 2,003$) pada nilai dari uji parsial (Uji-t) ($3,487 > 2,003$), ($2,227 > 2,003$) dan ($17,282 > 3,16$). Kesimpulan hasil akhir dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan, produk dan promosi secara simultan dan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas dengan koefisien determinasi dengan rasio 45,3%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Produk, Promosi dan Loyalitas