

ABSTRAK

Untuk menjangkau nasabah secara lebih luas, BNI melakukan inovasi melalui produk Agen46 yang berperan sebagai mitra dalam memenuhi kebutuhan nasabah bank BNI. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan nasabah yang akan berdampak terhadap keputusan bertransaksi di Agen46 BNI Cabang Pati. Data variabel-variabel dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada seratus nasabah BNI Agen46 yang melakukan transaksi di Agen46 BNI Cabang Pati. Data tersebut kemudian diolah menggunakan teknik analisis SEM dengan menggunakan alat analisis AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang positif terhadap keputusan bertransaksi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Nasabah, Keputusan Bertransaksi.