

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengkaji dan mengukur dampak kualitas layanan terhadap persepsi keunggulan kompetitif di Kantor Cabang Bank BRI Bandar Lampung, untuk mengkaji dan mengukur dampak persepsi inovasi produk terhadap persepsi keunggulan kompetitif di Kantor Cabang Bank BRI Bandar Lampung, untuk mengkaji dan mengukur dampak kualitas layanan terhadap *Net Promoter Score (NPS)* oleh pelanggan di Kantor Cabang Bank BRI Bandar Lampung, untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi inovasi produk terhadap *Net Promoter Score (NPS)* oleh pelanggan di Kantor Cabang Bank BRI Bandar Lampung dan untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi keunggulan kompetitif terhadap *Net Promoter Score (NPS)* oleh pelanggan di Kantor Cabang Bank BRI Bandar Lampung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah Bank BRI Cabang Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Cabang Bandar Lampung yang telah menggunakan layanan bank selama minimal satu tahun. Alat analisis data yang digunakan adalah AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (X1) memberikan dampak positif terhadap persepsi keunggulan kompetitif (Y1), persepsi inovasi produk (X2) memberikan dampak positif terhadap persepsi keunggulan kompetitif (Y1), kualitas layanan (X1) memberikan dampak positif terhadap *Net Promoter Score (NPS)* (Y2), persepsi inovasi produk (X2) memberikan dampak positif terhadap *Net Promoter Score (NPS)* (Y2) dan persepsi keunggulan kompetitif (Y1) memberikan dampak positif terhadap *Net Promoter Score (NPS)* (Y2).

Kata Kunci: kualitas layanan, persepsi keunggulan kompetitif, *Net Promoter Score*, persepsi inovasi produk.