

ABSTRAK

Peningkatan jumlah bank yang tinggi dapat menimbulkan persaingan yang ketat, juga adanya keluhan nasabah yang dapat mengurangi kepercayaan nasabah yang nantinya dapat berdampak *negative WOM*. Dibutuhkan penanganan dan adanya pemahaman mengenai produk serta layanan yang dilakukan untuk memantapkan kepuasan nasabahnya. Dalam riset gap yang terjadi pada penelitian sebelumnya, peneliti akan menambahkan *variable intervening* antara kualitas produk perbankan dan kualitas layanan terhadap WOM oleh nasabah. Dengan memakai model penelitian yang tidak sama dengan penelitian terdahulu, maka masalah yang akan dikaji adalah “bagaimana meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan untuk meningkatkan WOM”.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah pada PT. Bank BCA KCU Semarang. Untuk analisis regresi ukuran sampelnya 20 sampel per satu parameter jadi total ada 100. Penelitian ini menggunakan SEM dikarenakan model relatif rumit dengan penggunaan variabel *intervening* yaitu: kepuasan nasabah. SEM juga mempunyai keunggulan bisa menganalisis sekaligus dengan satu persamaan dengan mengetahui indikator mana yang paling kuat dalam menjelaskan variabelnya. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *structural equation modelling* (SEM) dimana untuk mengetahui apakah model yang digambarkan sesuai dengan realita yang sebenarnya. Sebelum dilakukan uji SEM perlu dirumuskan terlebih dahulu persamaan SEM nya.

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan atas pertanyaan terbuka, manajemen Bank BCA KCU Semarang perlu terus mempertahankan kualitas layanan, dengan melakukan *training soft skill* pada karyawan front office (teller dan customer service) untuk terus meningkatkan kapabilitasnya yang berorientasi pada nasabah. Kualitas produk perbankan menjadi prioritas nasabah untuk selalu menambah tabungan di BCA. Manajemen Bank BCA KCU Semarang perlu terus mempertahankan kualitas produk perbankan dengan memberikan tahapan berhadiah dengan hadiah yang menarik serta memberikan kenyamanan nasabah saat aktivitas perbankan dengan *banking hall* yang nyaman.

Kata Kunci: kualitas produk perbankan, kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan WOM