

ABSTRAK

Bank BRI melakukan inovasi pelayanan dengan meluncurkan Agen BRILink sebagai mitra kerjasama antara Bank BRI dan nasabah Bank BRI. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan nasabah yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi di Agen BRILink BRI Cabang Pati.

Data mengenai variabel-variabel yang diamati diperoleh melalui wawancara dengan kuesioner kepada 110 pada nasabah Bank BRI yang melakukan transaksi di agen BRILink Cabang Pati dan diuji dengan menggunakan perangkat lunak statistik AMOS.

Hasil analisis SEM memenuhi kriteria Goodness of fit yaitu Chi Square adalah 154,616 dengan probabilitas sebesar 0,277; CMIN/DF (1,066); GFI (0,873); AGFI (0,833); TLI (0,991); CFI (0,992); dan RMSEA (0,025). Hasil pengujian hipotesis yang diajukan adalah: keputusan bertransaksi secara statistik terbukti dipengaruhi oleh kepuasan nasabah, kepuasan nasabah secara statistik terbukti dipengaruhi oleh daya tarik layanan dan daya saing tarif sedangkan daya tarik produk tidak terbukti berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Daya tarik produk, daya tarik layanan, daya saing tarif, kepuasan nasabah, keputusan bertransaksi