

ABSTRAKSI

Dalam lingkungan persaingan keuangan global yang semakin meningkat, penerapan hubungan dengan pelanggan adalah cara yang efektif bagi perbankan untuk memelihara hubungan jangka panjang dengan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas interaksi karyawan dengan nasabah, citra bank terhadap kepuasan nasabah. Responden yang digunakan adalah nasabah Bank Mandiri Cabang Semarang Pahlawan. Instrumen penelitian adalah Kuesioner *Skala Likert*. Uji instrumen meliputi uji validitas menggunakan analisis faktor dan uji reliabilitas menggunakan standar alpha 0,6. Untuk menguji pengaruh secara parsial digunakan uji t, dan untuk menguji model digunakan koefisien determinasi Adjusted R square.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan t hitung sebesar 5,524 lebih besar dari t tabel 1.987 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas interaksi dengan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan t hitung sebesar 4,710 lebih besar dari t tabel 1.987 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas interaksi dengan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap citra bank dengan t hitung sebesar 3,464 lebih besar dari t tabel 1.987 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Kualitas interaksi dengan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap citra bank dengan t hitung sebesar 7,145 lebih besar dari t tabel 1.987 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Angka *Adjusted R square* adalah 0,657 artinya variabel kepuasan nasabah (Y) yang dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas interaksi dengan nasabah, dan citra bank, adalah sebesar 50,5%, dan sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Keyword : Kualitas produk, Kualitas interaksi dengan nasabah, Image bank, Kepuasan nasabah.