

ABSTRAK

BILLY TANU SUBIAKTO, *Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, dan Promosi kartu kredit BCA Terhadap kepuasan pemegang kartu kredit BCA* (studi kasus pada PT. Bank Central Asia, Tbk. Kantor Cabang Asemka, Jakarta dibimbing oleh Eddy Herjanto).

Persaingan di dunia perbankan telah mendorong berbagai bank berlomba untuk mendapatkan sebanyak-banyaknya nasabah. Pihak perbankan semakin kreatif untuk terus menerus mengembangkan produk-produknya. Disisi lain, kebutuhan masyarakat terhadap produk perbankan semakin beragam, sebagai akibat dari perkembangan yang semakin mengglobal. Salah satu produk jasa perbankan yang saat ini banyak diminati oleh nasabah adalah produk kartu kredit.

Penelitian ini akan mengupas secara mendalam tentang faktor-faktor citra, kualitas pelayanan, dan promosi kartu kredit BCA serta pengaruhnya terhadap kepuasan pemegang kartu kredit BCA Card. Salah satu faktor terpenting dalam pertumbuhan dan keberhasilan bisnis kartu kredit adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan mendorong pelanggan untuk menghargai hubungan mereka dengan pihak bank penerbit kartu kredit serta ingin terus menggunakan kartu kredit, walaupun ada pesaing lain. Peningkatan kepuasan pelanggan dapat dijadikan sebagai indikator kunci keberhasilan pengembangan bisnis kartu kredit serta sebagai prediksi kesuksesan pada masa mendatang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk mengukur seberapa besar variabel-variabel Citra, Kualitas Pelayanan, dan Promosi dapat menjelaskan variabel dependen. Uji hipotesis dilakukan dengan t-test untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Sedangkan untuk menguji variabel independen secara simultan digunakan F tes. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 396 responden yang diambil dari nasabah yang aktif.

Dari hasil penelitian, diketahui nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,662 mencerminkan variasi perubahan pada variabel kepuasan, bahwa kepuasan dapat dideterminasikan oleh semua variabel secara simultan sebesar 66%, dan sisanya yaitu sebesar 33,8% merupakan determinasi dari dimensi lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Secara simultan terhadap kepuasan *cardholder* BCA Card dimana nilai signifikansi 0,000. Hasil regresi secara parsial untuk ketiga variabel terdapat pengaruh yang signifikan, dimana nilai signifikansi $\leq 0,05$.

Hasil penelitian ini, dapat menjadi gambaran bagi PT. Bank Central Asia, Tbk. untuk segera berbenah diri agar mampu bertahan, tidak saja dengan melakukan kualitas pelayanan yang baik dan konsisten, namun juga dengan memperhatikan faktor-faktor lain dengan lebih memfokuskan dalam hal promosi untuk mengkomunikasikan produk-produk yang dijual melalui media cetak maupun elektronik sehingga dapat meningkatkan citra yang akhirnya dapat berdampak pada kepuasan pemegang kartu kredit BCA Card.