

**PENGARUH KUALITAS PRODUK BNI (KARTU ILUNI)
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Ilmu Komunikasi**



RIZKA DWITA

1161903095

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Rizka Dwita
NIM : 1161903095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk BNI (Kartu Iluni UI) terhadap Kepuasan Konsumen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dra. Suharyanti, M.S.M
Pembimbing II : Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T
Penguji I : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si
Penguji II : Manik Sunuantari, M.Si. Dr




Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 15 Agustus 2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rizka Dwita

NIM : 1161903095

Tanda Tangan : 

Tanggal : 25 Januari 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.


Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material.
2. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
3. Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sekaligus pembimbing penulis, yang senantiasa memberi saran dan ide dalam penulisan tugas akhir.
4. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan.
5. Seluruh staf dan karyawan Universitas Bakrie.
6. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Batch 7.
7. Responden yang bersedia meluangkan waktu untuk pengumpulan data penulis.
8. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, 11 Juli 2019

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'R' followed by 'Dwita' in a cursive script.

Rizka Dwita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Dwita
NIM : 1161903095
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK BNI (KARTU ILUNI UI) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Agustus 2019

Yang menyatakan



Rizka Dwita

PENGARUH KUALITAS PRODUK BNI (KARTU ILUNI) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

RIZKA DWITA

ABSTRAK

Persaingan antar Bank di Indonesia sangat ketat terutama dalam menjaga loyalitas nasabahnya, dalam hal ini banyak bank melakukan usaha terbaik mereka. BNI sebagai bank pertama milik Negara juga turut serta berkontribusi dalam persaingan ini, salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan bekerjasama dengan Ikatan Alumni Universitas Indonesia (ILUNI UI) dan meluncurkan produk eksklusif “Kartu ILUNI” yang mendapat sambutan positif oleh alumni UI. Melalui fenomena ini penulis menganalisa pengaruh dari dimensi kualitas produk kartu ILUNI yang diproduksi oleh BNI (Bank Negara Indonesia) terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan 99 orang sample sesuai penghitungan rumus slovin. Metode yang digunakan adalah *simple random sampling* yang dilaksanakan melalui *google forms* kepada pengguna kartu Iluni. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis linier berganda. Hasil penelitian mengungkap bahwa delapan dimensi kualitas produk yang terdiri dari *performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, perceived quality* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan presentase sebesar 55,1%. Dimensi yang paling berpengaruh adalah *Performance* yaitu kegunaan utama dari kartu BNI Iluni UI sebagai kartu ATM dan *Tapcash*. Pemasar disarankan untuk memperbanyak manfaat tambahan agar konsumen bisa lebih loyal dan puas.

Kata kunci: Kartu *Iluni* , Komunikasi pemasaran, Kualitas produk, Kepuasan konsumen.

THE INFLUENCE OF BNI PRODUCT (ILUNI CARD) ON CUSTOMER'S SATISFACTION

RIZKA DWITA

ABSTRACT

Competition between banks in Indonesia are very strict, especially in maintaining the loyalty of its customer, in this case many banks do their best effort. BNI as the first State-owned bank also participate contribute in this rivalry, one of the strategy is doing a collaboration with the University of Indonesia Alumni Association (ILUNI UI) and launches an exclusive product called "ILUNI card" that got a positive responses by the alumni of UI. Through this phenomenon the author analyzes the influence of ILUNI card product quality dimensions toward customer satisfaction. The type of research that is used is a quantitative research with 99 samples according to Slovin formula. The method used is simple random sampling conducted through google forms to the user of ILUNI card. The data analysis technique is multiple linear regression analysis. The result revealed that eight dimensions of quality of products consisting performance, features, reliability, conformance, long-term durability, serviceability, aesthetics, perceived quality are jointly significant against consumer satisfaction with percentage of 55,1%. The most influential dimension is Performance, known as core benefit as ATM card and Tapcash. Marketers are advised to reproduce or develop more additional benefits so that consumers could be more loyal and satisfied.

Keywords: BNI iluni card, Marketing communication, Product quality, Consumer satisfaction

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
UNGKAPAN TERIMAKASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN TEORITIS	6
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	6
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Teoritis	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.2 Produk.....	19
2.2.3 Kualitas Produk	20
2.2.4 Kepuasan Konsumen	23
2.3 Kerangka Teoritis	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Sumber data	29
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	31

3.4.1 Definisi Konseptual	31
3.4.2 Operasionalisasi Variabel	32
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	35
3.6.1 Uji Validitas	35
3.6.2 Uji Reliabilitas	36
3.7 Keterbatasan Penelitian	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel	40
4.2.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	56
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	59
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Pengaruh <i>Performance</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen.....	68
4.3.2 Pengaruh <i>Feature</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
4.3.3 Pengaruh <i>Reliability</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen.....	74
4.3.4 Pengaruh <i>Conformance to Specification</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen	76
4.3.5 Pengaruh <i>Durability</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen	77
4.3.6 Pengaruh <i>Serviceability</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen	78
4.3.7 Pengaruh <i>Aesthetics</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen	80
4.3.8 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen	81

4.3.9 Pengaruh <i>Performance (X₁)</i> , <i>Feature (X₂)</i> , <i>Realibility (X₃)</i> , <i>Conformance To Specfication (X₄)</i> , <i>Durability (X₅)</i> , <i>Serviceability (X₆)</i> , <i>Aesthetics (X₇)</i> , <i>Perceived Quality (X₈)</i> pada kartu Iluni terhadap Kepuasan Konsumen	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
5.2.1 Saran Akademis	86
5.2.2 Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	9
Tabel 3.1 Nilai untuk Jawaban Pertanyaan Positif.....	27
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep	33
Tabel 4.1 Penilaian Responden terhadap <i>Performance</i>	46
Tabel 4.2 Penilaian Responden terhadap <i>Features</i>	47
Tabel 4.3 Penilaian Responden terhadap <i>Reliability</i>	49
Tabel 4.4 Penilaian Responden terhadap <i>Conformance to Specfication</i>	50
Tabel 4.5 Penilaian Responden terhadap <i>Durability</i>	50
Tabel 4.6 Penilaian Responden terhadap <i>Serviceability</i>	51
Tabel 4.7 Penilaian Responden terhadap <i>Aesthetics</i>	52
Tabel 4.8 Penilaian Responden terhadap <i>Perceived Quality</i>	53
Tabel 4.9 Penilaian Responden terhadap Kepuasan Konsumen	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	57
Tabel 4.11 Skala Uji Reliabilitas Metode <i>Alpha Cronbach</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Alpha Cronbach</i> pada 30 Responden	58
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Alpha Cronbach</i> pada 99 Responden	59
Tabel 4.14 Besaran Kontribusi Kualitas Produk pada kepuasan konsumen	60
Tabel 4.15 ANOVA Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen.....	61
Tabel 4.16 Koefisien Elemen Performance Terhadap Kepuasan Konsumen	63
Tabel 4.17 Koefisien Elemen Feature Terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
Tabel 4.18 Koefisien Elemen Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen.....	64
Tabel 4.19 Koefisien Elemen Conformance to Specfication Terhadap Kepuasan Konsumen	64
Tabel 4.20 Koefisien Elemen Durability Terhadap Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4.21 Koefisien Elemen Serviceability Terhadap Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4.22 Koefisien Elemen Aesthetic Terhadap Kepuasan Konsumen.....	66
Tabel 4.23 Koefisien Elemen Perceive Quality Terhadap Kepuasan Konsumen .	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	24
Gambar 4.1 Logo BNI.....	40
Gambar 4.2 Kartu Anggota Iluni	40
Gambar 4.3 Keistimewaan Kartu Iluni	41
Gambar 4.4 Alur Pembuatan Kartu Iluni	42
Gambar 4.5 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.6 Grafik Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar 4.7 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.8 Grafik Responden Berdasarkan Pengeluaran	45
Gambar 4.9 Promo Gopay.....	72
Gambar 4.10 Promo OVO.....	72

