

ABSTRAK

Penulisan yang berjudul Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi JENIUS BTPN dilihat dari unsur Produk, Harga, Dan Promosi Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking (Studi Kasus Masyarakat Surabaya), bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Aplikasi Jenius BTPN.

Penulisan ini menggunakan metode penulisan kuantitatif dengan populasi menggunakan aplikasi Jenius BTPN Di Surabaya, dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane diperoleh sampel sebanyak 60 responden. menggunakan analisis data regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS sebagai pengolah data.

Hasil penulisan menunjukkan bahwa Produk berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 37%. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 26.9%. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 33.3%. Produk, Harga dan Promosi secara bersama –sama berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan unsur Produk sebagai variabel dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The study entitled Analysis of Customer Satisfaction of BTPN Jenius Application Users is seen from the Product, Price, and Promotion variables as the Introduction of New Digital Banking Ideas (Case Study of the Surabaya Community), aimed to determine the effect of products, prices and promotions on customer satisfaction of BTPN Jenius Applications.

This research uses a quantitative research method with population using the BTPN Jenius application in Surabaya, using a formula from Taro Yamane obtained a sample of 60 respondents. using multiple linear regression data analysis with the help of SPSS software as a data processor.

The results showed that the product had a dominant effect on customer satisfaction of users of the Jenius BTPN Application as an Introduction to New Ideas for Digital Banking, with a value of 37%. The price has a significant effect on customer satisfaction of users of the Jenius BTPN Application as an Introduction to New Ideas for Digital Banking, with a value of influence of 26.9%. Promotion has a significant effect on customer satisfaction of users of the Jenius BTPN Application as an Introduction to New Ideas for Digital Banking, with a value of 33.3%. Product, Price and Promotion together have a simultan effect on customer satisfaction of users of the Jenius BTPN Application As an Introduction to New Digital Banking Ideas, with Product variable as the dominant variable influencing Consumer Satisfaction.

Keywords: Product, Price, Promotion and Customer Satisfaction..