

## ABSTRAK

Kepuasan nasabah adalah sesuatu yang sangat penting bagi suatu perusahaan yang tidak boleh diabaikan terutama perusahaan yang bergerak dibidang perbankan. Untuk mencapai sebuah kepuasan nasabah diperlukan adanya pelayanan yang berkualitas, yang baik serta tanggapan yang cepat dari pihak perusahaan, sikap religiusitas yang diterapkan oleh calon nasabah serta promosi yang luas untuk memperkenalkan produk kepada calon nasabah.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas dan promosi terhadap kepuasan nasabah menggunakan produk tabungan haji. Sampel penelitian ini berjumlah 56 nasabah yang ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif, analisis yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas, serta menggunakan uji hipotesis yaitu uji regresi linear berganda, uji t, uji f dan terakhir uji  $R^2$ .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kuliatas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menggunakan produk tabungan haji di BSI KCP Muara Beliti.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Promosi dan Kepuasan nasabah.

## ***ABSTRACT***

Customer satisfaction is something that is very important for a company that should not be ignored, especially companies engaged in banking. To achieve customer satisfaction, it is necessary to have quality, good service and a fast response from the company, the attitude of religiosity applied by prospective customers and extensive promotions to introduce products to prospective customers.

The purpose of this study was to determine how much influence service quality, religiosity and promotion had on customer satisfaction using Hajj savings products. The sample of this study amounted to 56 customers who were determined using purposive sampling technique. The method used in this study is a quantitative method, the analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, namely normality test, linearity test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, and uses hypothesis testing, namely multiple linear regression test, t test, f test and finally R<sup>2</sup> test.

The results of this study indicate that service quality affects customer satisfaction, religiosity affects customer satisfaction and promotion has no effect on customer satisfaction using Hajj savings products at BSI KCP Muara Beliti.

**Keywords :** *Service Quality, Religiosity, Promotion and Customer Satisfaction.*

