

## **ABSTRAC**

### ***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT ATTRIBUTES TO WORD OF MOUTH MEDIATED BY VARIABLE CUSTOMER SATISFACTION (Study on Customer Savings in Bank Lampung)***

**By**

**Dwi Andjani Putri**

*This study aims to determine the effect of service quality and product attributes on word of mouth that is mediated by customer satisfaction in Bank Lampung. Research was conducted on savings customers of Bank Lampung in Bandar Lampung main branch with a sample size of 100 respondents, the sampling technique used is convenience sampling. This type of research is quantitative explanatory and analysis techniques used are SmartPLS version 2.0.*

*The results showed that the quality of service does not have a significant effect on customer satisfaction in Bank Lampung because only the dimensions of empathy which have a significant effect on customer satisfaction. Product attributes variables have significant effect on customer satisfaction, as well as consumer satisfaction have variables significantly influence the behavior of word of mouth. For further research is recommended to be able to develop this research so as to enhance further research and for the Bank Lampung to increase the performance of employees, especially in the quality of services that are personalized attention to its customers and improve again the quality that is in the product itself in order to improve customer satisfaction will affect the behavior of word of mouth that is positive.*

**Keywords:** *Consumer Satisfaction, Product Attribute, Quality of Service, Word of Mouth (WOM)*

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP PERILAKU *WORD OF MOUTH* YANG DIMEDIASI OLEH VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Nasabah Tabungan di Bank Lampung)**

**Oleh**

**Dwi Andjani Putri**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan atribut produk terhadap perilaku *word of mouth* yang dimediasi oleh variabel kepuasan konsumen di Bank Lampung. Penelitian ini dilakukan pada nasabah tabungan Bank Lampung di kantor cabang utama Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, teknik sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Tipe penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dan teknik analisis yang digunakan adalah *SmartPLS* versi 2.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bank Lampung karena hanya dimensi empati yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Variabel atribut produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini sehingga dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya dan bagi Bank Lampung agar dapat meningkatkan kinerja karyawan terutama dalam kualitas pelayanan yang bersifat perhatian personal terhadap nasabahnya dan meningkatkan lagi kualitas yang ada di dalam produk itu sendiri agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang akan berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth* yang bersifat positif.

**Kata kunci:** Atribut Produk, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth (WOM)*