

ABSTRAK

Salah satu produk yang diunggulkan di jaman revolusi industri 4.0 sekarang yaitu kartu *e-money*. Perkembangan pengguna kartu *e-money* di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya, dalam perkembangannya terdapat Kepuasan nasabah. Kepuasan sendiri menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan loyalitas dari nasabah dengan berlandaskan nilai kepuasan berdasarkan jenis kelamin juga mempengaruhi kepuasan tersebut. Berdasarkan kepuasan nasabah terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi, salah satu faktornya yaitu kualitas produk yang ditawarkan oleh pihak perbankan. Dalam kepuasan sendiri dapat diambil dari persepsi yang diberikan oleh nasabah atau pengguna produk dari perbankan tersebut. Berdasarkan dari data dilapangan mengenai kartu *e-money*, penelitian ini membahas pengaruh kualitas produk kartu *e-money* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Airlangga. variabel X kualitas produk dan variabel Y kepuasan dan setiap variabel memiliki indikator sebagai alat penilaian yang mengukur seberapa besar tingkat yang diperoleh dari persepsi mahasiswa dengan mengisi kuisisioner. Data yang diperoleh diolah menggunakan regresi linear dipisahkan berdasarkan jenis kelamin, sehingga dapat diambil hasil data yang diinginkan, sehingga dapat di ketahui bahwa kualitas berpengaruh terhadap kepuasan dari mahasiswa atau mahasiswi Universitas Airlangga dan memiliki perbedaan dalam penilaian kepuasan dari kartu *e-money*, mulai dari daya tahan hingga keindahan dari produk.

Kata kunci : kualitas produk, kepuasan, dan kartu *e-money*

ABSTRACT

One product that was seeded in the era of industrial revolution 4.0 now is e-money cards. The development of e-money card users in Indonesia has increased every year, in its development there is customer satisfaction. Own satisfaction is one of the main factors in maintaining customer loyalty based on the value of satisfaction based on sex also affects that satisfaction. Based on customer satisfaction there are various factors that influence, one of the factors is the quality of products offered by the banking sector. In its own satisfaction can be taken from the perception given by the customer or user of the product from the bank. Based on the data in the field regarding e-money cards, this study discusses the effect of the quality of e-money card products on the satisfaction of Airlangga University students. With variable X product quality and variable Y satisfaction and each variable has an indicator as a valuation tool that measures how much level is obtained from student perceptions by filling out questionnaires. The data obtained is processed using linear regression separated by sex, so that the desired data can be taken, so that it can be known that the quality influences the satisfaction of the students or students of Airlangga University. Both students and students have differences in the satisfaction rating of e-money cards, ranging from durability to the beauty of the product.

Keyword : product quality, satisfaction, and e-money card