ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bahwa dampa Brand Image, Service Quality, Customer satisfaction, dan Customer Value melalui CRM Quality berpengaruh atas Customer Value pada nasabah Bank DKI Kantor Walikota Jakarta Barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 144 orang pengguna mobile banking JakOne yang merupakan nasbah Bank DKI Kantor Layanan Walikota Jakarta Barat.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan cara membagikan kuesioner kepada nasbah Bank DKI Kantor Layanan Walikota Jakarta Barat dengan data yang dihimpun sebanyak 144 orang responden menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) didukung oleh aplikasi SPSS 21 dan SmartPLS ver 3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Service Quality tidak memiliki pengaruh positif terhadap Customer Loyalty melalui mediasi kualitas CRM Quality. 2) Customer Satisfaction memiliki pengaruh positif terhadap Customer Loyalty melaluimediasi kualitas CRM Quality. 3) Customer Value tidak memiliki pengaruh positif terhadap Customer Loyalty melaluimediasikualitas CRM Quality.

Kata kunci: CRM Quality, Customer Service, Customer Satisfaction, Service Quality, Customervalue, dan Brand Image.