

ABSTRACT

The main purpose of this research is to identify influence between perceived quality, perceived value and trust on customer satisfaction to increase customer loyalty. The research method is quantitative research by using questionnaire. The study proves that perceived quality, perceived value and trust has significantly positive effect on customer satisfaction and customer satisfaction has also significantly positive effect on customer loyalty.

This study used primary data obtained by using questionnaires distributed to 151 customers who chose Bank XYZ to put their savings that domiciled in Java Island. The data analysis method used in this research is Structural Equation Model (SEM) using AMOS application 22nd versions. This study also used SPSS 21st version as another supporting application.

Keywords: *perceived quality, perceived value, trust, customer satisfaction, loyalty*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh antara *perceived quality*, *perceived value* dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini membuktikan bahwa *perceived quality*, *perceived value* dan kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan juga memiliki dampak signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 151 nasabah yang memilih untuk menabung di bank XYZ yang berdomisili di Pulau Jawa. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan aplikasi AMOS versi 22. Penelitian ini juga menggunakan SPSS versi 21 sebagai aplikasi pendukung lainnya.

Kata kunci: kualitas, nilai, kepuasan pelanggan, loyalitas