



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan layanan, citra perusahaan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen perbankan. Sampel yang digunakan sebagai objek penelitian ini adalah konsumen yang menjadi konsumen perbankan minimal selama setahun dan melakukan aktivitas keuangan dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan sampel akhir sebanyak 292 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Sederhana dan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian Regresi Linier Sederhana menunjukkan bahwa kualitas layanan pengaruh positif terhadap kepercayaan, kepuasan konsumen dan citra perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa kepercayaan, kepuasan layanan, citra perusahaan dan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: *kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan konsumen, citra perusahaan, harga, loyalitas konsumen.*



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine whether the variable service quality, trust, service satisfaction, corporate image and the price effect on consumer loyalty banking. The sample used as the object of this study is that consumers become consumer banking for at least a year and perform financial activity within the last six months. The sampling method using purposive sampling method with a final sample of 292 respondents. The analysis technique used is the Simple Linear Regression and Multiple Linear Regression. Simple Linear Regression Results of the study showed that the service quality a positive influence on trust, consumer satisfaction and corporate image. The research of multiple linear regression showed that trust, service satisfaction, corporate image and positive effect on the price of consumer loyalty

Keywords: service quality, trust, service satisfaction, corporate image, price, consumer loyalty