

**ABSTRAK**

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan PT. Bank Permata Cabang BRI II Jakarta Pusat.

Nama : Yayah Khoiriyah

Program Studi : S-1 Manajemen

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, ataupun pemasok yang tercermin atau ditunjukkan dengan perilaku positif yaitu melakukan pembelian ulang yang berkelanjutan tanpa terpengaruh pemasaran yang dilakukan oleh pesaing. Loyalitas pelanggan diharapkan oleh setiap perusahaan karena dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan PT. Bank Permata Cabang BRI II Jakarta Pusat. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi 35 butir pernyataan yang disebarakan pada 150 responden. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan metode analisis menggunakan uji analisis *path*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan, Persepsi Nilai, Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Loyalitas Nasabah, Kepuasan Nasabah.

**ABSTRACT**

*Title* : *The Influence of Service Quality and Value Perceptions on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in the Banking Industry PT. Bank Permata Branch BRI II Central Jakarta*

*Name* : *Yayah Khoiriyah*

*Study Program* : *S-1 Manajemen*

*Customer loyalty is a customer commitment to a brand, store, or supplier that is reflected or shown by positive behavior, namely making repeat purchases without being influenced by marketing by competitors. Customer loyalty is expected by every company because it can provide long-term benefits for the company.*

*This study aims to determine the effect of Service Quality and Value Perception on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in the Banking Industry PT. Bank Permata Branch BRI II Central Jakarta. Collecting data in this study using a questionnaire containing 35 statement items distributed to 100 respondents. This sample was taken using purposive sampling technique with the method of analysis using the path analysis test. The results of this study indicate that there is a significant influence between Service Quality, Value Perception, Customer Satisfaction on Customer Loyalty.*

**Keywords:** *Service Quality, Value Perception, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.*