

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI BANK PERKREDITAN RAKYAT LESTARI BALI**

Oleh

Gede Feby Suarjaya Putra, NIM 1717041227

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan, (2) nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, (3) kepercayaan merek terhadap nilai pelanggan, (4) kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di BPR Lestari Bali. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah nasabah pada BPR Lestari Bali. Objek penelitian ini berfokus pada variabel kepercayaan merek, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 110 orang. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang dianalisis dengan analisis jalur. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan, (4) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di BPR Lestari Bali.

Kata kunci : kepercayaan merek, kepuasan pelanggan, nilai pelanggan.

**THE EFFECT OF BRAND TRUST AND CUSTOMER VALUE
ON CUSTOMER SATISFACTION
IN BANK PERKREDITAN LESTARI BALI**

By

Gede Feby Suarjaya Putra, NIM 1717041227

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of (1) brand trust on customer satisfaction, (2) customer value on customer satisfaction, (3) brand trust on customer value, (4) brand trust on customer satisfaction through customer value at BPR Lestari Bali. The research design used in this research is causal quantitative. The subjects of this research are customers at BPR Lestari Bali. The object of this research focuses on the variables of brand trust, customer value and customer satisfaction. The sample used in this study amounted to 120 people. Data were collected using a questionnaire technique which was analyzed using path analysis. The results obtained in this study indicate that, (1) brand trust has a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) brand trust has a positive and significant effect on customer value, (4)) Brand trust has a positive and significant effect on customer satisfaction through customer value at BPR Lestari Bali.

Keywords: brand trust, customer satisfaction, customer value