

**PENGARUH *CUSTOMER VALUE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY NASABAH BANK BTN KANTOR CABANG
PEMUDA
SURABAYA**

Wahyu Rahmat Fadhli

NPM : 11132002

ABSTRAK

Di era yang modern, kehadiran bank tidak lagi hanya sebagai media penyimpanan, jasa perbankan juga berkembang menjadi media pengiriman uang, pembayaran jasa, investasi dan lain-lain. Perkembangan industri perbankan juga membuat masyarakat lebih kritis dalam mengelola keuangannya, mulai industri yang bisa dipercaya hingga keuntungan apa yang bisa didapat, sehubungan dengan hal tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul pengaruh *customer value* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* nasabah Bank BTN kantor Cabang Pemuda Surabaya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *customer value* dan *brand image* secara parsial dan simultan terhadap *customer loyalty* nasabah Bank BTN kantor Cabang Pemuda Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *probability sampling* dengan metode *random sampling*. Data penelitian diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap nasabah Bank BTN kantor cabang Pemuda Surabaya. Pengujian hipotesis penelitian peneliti menggunakan aplikasi SPSS 17.0 for window.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer value* dan *brand image* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah Bank BTN dan hasil uji parsial *customer value* tidak memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah Bank BTN Kantor Cabang Pemuda Surabaya.

Kata kunci : *customer value, brand image, customer loyalty.*

***THE EFFECT CUSTOMER VALUE AND BRAND IMAGE OF THE
CUSTOMER LOYALTY BANK BTN PEMUDA BRANCH OFFICES***

CUSTOMERS

SURABAYA

ABSTRACT

In the modern era, the presence of a bank is no longer just as a storage medium, banking services is also evolving into a media remittances, payment services, investment and others. The development of the banking industry also makes people more critical in managing finances, ranging industry credible to what benefits can be obtained, with respect to these authors do research with title effect of customer value and brand image to customers of Bank BTN customer loyalty Pemuda Surabaya branch office.

The purpose of this study was to determine the influence bagimana customer value and brand image of the partial and simultaneous customer loyalty customer of Bank BTN Pemuda Surabaya branch office. This study uses probability sampling study with random sampling method. Data were obtained from the results of questionnaires to customers of Bank BTN Pemuda Surabaya branch offices. Research hypothesis testing researchers using SPSS 17.0 for windows.

The results showed that customer value and brand image simultaneously have a significant impact on customer loyalty and customer of Bank BTN partial test results customer value has no significant effect whereas brand image have a significant impact on customer loyalty customer of Bank BTN Youth Branch Office Surabaya.

Keywords: customer value, brand image, customer loyalty.