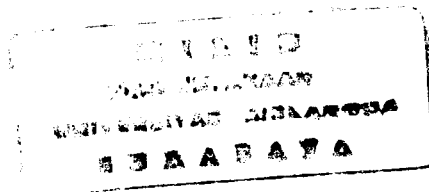


## ABSTRAK

Pelanggan membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu. Tingkat persepsi tentang kualitas layanan (nilai) yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan debitur, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan debitur, pengaruh kepuasan debitur terhadap loyalitas debitur pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan serta kepuasan debitur secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas debitur kredit usaha kecil pada PT. Bank Jatim Cabang Dr. Soetomo Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan sampel sebanyak 120 debitur KUR PT. Bank Jatim Cabang Dr. Soetomo Surabaya yang diambil dengan metode kuisioner menggunakan skala Likert. Teknik analisis yang digunakan adalah *path analysis* dengan bantuan software SPSS. Menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan debitur, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan debitur, kepuasan debitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas debitur dan nilai pelanggan, kualitas pelayanan melalui kepuasan debitur sebagai variabel mediator secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas debitur.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan



## **ABSTRACT**

*Customers form an expectation of value and act on it. The level of perception of quality of service (value) which will result in high customer satisfaction. The higher the value perceived by the customer, the more likely the relationship (transaction). The aim of this study was to examine and analyze the effect of customer value to the satisfaction of the debtor, the effect of quality of service to the satisfaction of the debtor, the influence of satisfaction debtor loyalty debtor influence customer value, quality of service and satisfaction debtor together (simultaneously) to the loyalty of the debtor's business credit small PT. Bank Jatim Branch Dr. Soetomo.*

*This study uses a quantitative research approach, using a sample of 120 borrowers KUR PT. Bank Jatim Branch Dr. Soetomo taken by questionnaire method using a Likert scale. The analytical technique used is path analysis with SPSS. Indicates that the value subscribers positive and significant impact on satisfaction of the debtor, quality of service is positive and significant impact on satisfaction debtor, satisfaction debtor positive and significant impact on loyalty debtor and customer value, quality of service through the satisfaction of the debtor as a variable mediator together (simultaneously) positive and significant impact on loyalty debtor.*

*Key words : Customer Value, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

