ABSTRAK

RISMAN FIRMANSYAH, "Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Multimedia Di PT. Yes Telemedia Indonesia Bandung Obc Banjaran Dan Sadang Serang", dibawah bimbingan, Rizki Zulfikar, SE., M.Si.

.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi nilai pelanggan dan kepercayaan pelanggan pada jasa multimedia di PT. Yes Telemedia Indonesia Bandung Obc Banjaran dan Sadang Serang dan menguji pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Di dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu nilai pelanggan (X_1), kepercayaan pelanggan (X_2), dan loyalitas pelanggan (Y).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah nilai pelanggan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada jasa multimedia di PT. Yes Telemedia Indonesia Bandung Obc Banjaran dan Sadang Serang. Teknik penentuan data yang digunakan adalah metode *jugdmental* sebanyak 90 responden. Rancangan analisis statistik yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisen korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t, dengan alat bantu *software* SPSS 12.0 *for windows*.

Hasil penelitian secara kualitatif menunjukan nilai pelanggan dan kepercayaan pelanggan sudah cukup baik, sedangkan loyalitas pelanggan sudah baik, dan hasil penelitian secara kuantitatif menunjukan bahwa nilai pelanggan dan kepercayaan pelanggan berkontribusi tinggi terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara parsial kepercayaan pelanggan memberikan pengaruh lebih besar terhadap loyalitas pelanggan jika dibandingkan dengan nilai pelanggan.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Loyalitas pelanggan