

ABSTRAK

Dunia perbankan memiliki keterkaitan yang sangat erat terhadap konsumennya, karena hubungan antara perbankan dan nasabah merupakan satu kesatuan. Dengan kata lain kedua komponen tersebut saling membutuhkan. Oleh sebab itu, bank harus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya sehingga terjalin hubungan baik diantara kedua belah pihak.

Dalam industri perbankan secara umum, terdapat 2 jenis pelayanan yaitu pelayanan yang bersifat *customer-facing* merupakan layanan yang sifatnya langsung pada pelanggan. Penerapannya bisa dilihat di bagian *front office* sebuah bank. Sebagai contoh, pegawai di bagian *customer service* akan membantu nasabah melakukan transaksi pembukaan rekening, pengaduan, atau permintaan informasi mengenai produk-produk perbankan. Industri perbankan adalah bisnis kepercayaan.

Dalam penelitian ini, variabel kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan. Objek dalam penelitian ini ialah nasabah Bank Mega Semarang. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik (yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji normalitas dan uji heterokedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji Goodness of Fit (yang terdiri dari koefisien determinasi, uji F dan uji t). Sedangkan analisis kualitatif diperoleh dari interpretasi para responden dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan
Kata-kata kunci : kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan