

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangibles* terhadap citra perusahaan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Sampel penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Kanca Pekalongan, sejumlah 212 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangibles* berpengaruh terhadap citra perusahaan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai regresi sebesar 0,23; *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai regresi sebesar 0,19; *empathy* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai regresi sebesar 0,18, *tangible* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai regresi sebesar 0,16; *assurance* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai regresi sebesar 0,20; dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai regresi sebesar 0,24;

Kata Kunci: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles*, Citra Perusahaan, dan Loyalitas Nasabah