

ABSTRAK

ANGGI, Tahun 2018, Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Pasar Terong Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Pembimbing I Moh. Aris Pasigai Dan Pembimbing II Muh Nur Rasyid.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI unit pasar terong makassar.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan membagi kuesioner kepada 80 responden nasabah Bank BRI unit pasar terong Makassar. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, berdasarkan uji statistik t, nilai t hitung untuk variabel nilai pelangggan (X1) $3,238 > t$ tabel $1,664$ (X2) $4,336 > t$ tabel $1,664$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Dan nilai t hitung untuk variable kedekatan emosional (X3) $4,962 > 1,664$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Sehingga disimpulkan nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI unit pasar terong Makassar.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kedekatan Emosional Dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

ANGGI 2018 Year, *Effectof Customer Value, Service Quality, And Emotional Closeness To Customer Loyalty At Bank BRI Terong Makassar Market Unit, The Thesis Of The Accounting Program Of The Economics And Business Faculty Of University Muhammadiyah Makassar. Guided By Supervisor I Moh. Aris Pasigai And Supervisor II Muh. Nur Rasyid.*

This study aims to determine customer value, service quality, and emotional closeness affect the customerloyalty of Bank BRI Terong Makassar market unit.

The type of research used is quantitative. Data collectionis was carried out by dividing questionnaires to 80 Bank BRI customer respondents, the terongMakassar market unit. This study uses multiple linear regression analysis method.

The results of this study indicate that, based on statiscal test t, the value of arithmetic for the customer value variable (X1) $3,238 > t$ table $1,664$ and significant value $< 0,05$, and the t value for the variable service quality (X2) $4,336 > 1,664$ and significant value $< 0,05$. And t count for emotional closeness variable $4,962 > 1,664$ on the Bank BRI terong Makassar market unit.

Keywords : *Customer Value, Service Quality, Emotional Closeness And Customer Loyalty.*