

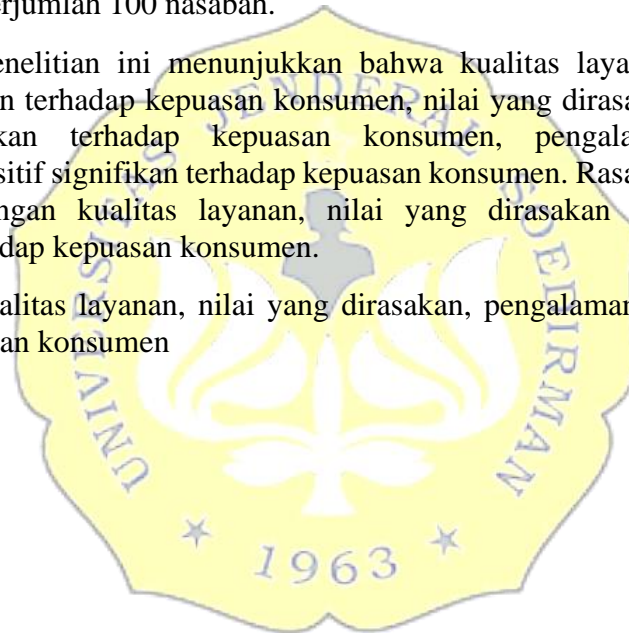
RINGKASAN

Kepuasan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan seseorang secara lengkap, kepuasan konsumen merupakan peranan dari hasil pembentukan pertimbangan antara harapan dan kinerja penilaian konsumen, kepuasan konsumen sebagai peranan penting dalam upaya pengusaha untuk membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh kualitas layanan dan persepsi nilai yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dapat menjadi penelitian yang lebih lengkap dengan menambahkan variabel pengalaman konsumen. Rasa percaya sebagai variabel mediasi antara kualitas layanan, nilai yang dirasakan dan pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di salah satu kantor Bank BTN Purwokerto dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah sebagai responden. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, nilai yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, pengalaman konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Rasa percaya menjadi mediator hubungan kualitas layanan, nilai yang dirasakan dan pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: kualitas layanan, nilai yang dirasakan, pengalaman konsumen, rasa percaya, kepuasan konsumen



SUMMARY

Consumer satisfaction is related to the complete fulfillment of one's needs, consumer satisfaction is the role of the results of the formation of considerations between expectations and performance of consumer assessments, consumer satisfaction as an important role in entrepreneurs' efforts to build good long-term relationships with consumers.

This study aims to re-examine the effect of service quality and perceived value on consumer satisfaction. This research can be a more complete research by adding consumer experience variables. Trust as a mediating variable between service quality, perceived value and consumer experience on customer satisfaction. This research was conducted at one of the offices of Bank BTN Purwokerto by distributing questionnaires to customers as respondents. Respondents in this study amounted to 100 customers.

The results of this study indicate that service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, perceived value has a significant positive effect on customer satisfaction, and consumer experience has a significant positive effect on customer satisfaction. Trust is a mediator of the relationship between service quality, perceived value and consumer experience on customer satisfaction.

Keywords: service quality, perceived value, consumer experience, trust, customer satisfaction

