

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji persepsi nilai layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah BPR. Riset yang saat ini dilakukan juga akan menguji konstruk baru yaitu perikatan sosial berbasis nilai Jawa yang dihipotesiskan sebagai variabel mediasi yang akan mengatasi kesenjangan penelitian yang terjadi antara variabel persepsi nilai layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengambil obyek penelitian pada Bank Perkreditan Rakyat yang berada di wilayah Banyumas Raya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* melalui kuesioner yang bersifat tertutup. Teknik analisis yang dipergunakan untuk menguji konstruk baru menggunakan AMOS-SEM. Temuan hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif untuk beberapa variabel yang dihipotesiskan di model empirik kecuali hubungan antara persepsi nilai layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis data dengan menggunakan SEM menunjukkan bahwa konstruk baru yang terbentuk merupakan variabel yang valid dan reliabel. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel *perikatan sosial berbasis nilai Jawa* memiliki fungsi mediasi terhadap hubungan antara persepsi nilai layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah BPR di Banyumas Raya.

Kata Kunci : *Persepsi Nilai Layanan, Kepuasan Pelanggan, loyalitas pelanggan Perikatan Sosial Berbasis Nilai Jawa, Rural Bank*

ABSTRACT

This study examines the perceived consumer service value and customer satisfaction on BPR customer loyalty. The current research will also test a new construct, Javanese Social Bonding, which is hypothesized as a mediating variable that will address the research gap between perceived service value variables and customer satisfaction on customer loyalty. This research takes the object of research at Rural Banks located in the Banyumas Raya area. The sampling technique used was purposive sampling through a closed questionnaire. The analytical technique used to test the new constructs was using AMOS-SEM. The research findings show a positive relationship for several variables hypothesized in the empirical model except for the relationship between perceived service value and customer satisfaction on customer loyalty. The results of data analysis using SEM indicate that the newly formed construct is a valid and reliable variable. The results also show that the Javanese Social Bonding variable has a mediating function on the relationship between perceived service value and customer satisfaction on BPR customer loyalty in Banyumas Raya.

Keywords : *Perceived Service Value, Customer Satisfaction, Javanese Social Bonding, Customer Loyalty, Rural Bank*