

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KOMUNIKASI MEREK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN SIMPEDES BANK RAKYAT INDONESIA CABANG BANDAR JAYA**

**OLEH**

**DIRA OKTA TRI CAHYANTI**

Bank secara umum menjalankan bisnisnya dengan menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat melalui produk-produk bank diantaranya tabungan, deposito, giro dan produk-produk perbankan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah komunikasi merek, citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 nasabah Tabungan SIMPEDES Bank Rakyat Indonesia Cabang Bandar Jaya. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Hasil perhitungan diperoleh seluruh variabel bebas berpengaruh terhadap loyalitas. Variabel citra merek merupakan variabel dengan pengaruh terbesar terhadap loyalitas dan variabel kepercayaan merek merupakan variabel dengan pengaruh terkecil terhadap loyalitas. Sedangkan variabel komunikasi merek memiliki pengaruh yang tidak terlalu besar.

**Kata kunci: komunikasi merek, citra merek, kepercayaan merek dan loyalitas**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF BRAND COMMUNICATION, BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON LOYALTY CUSTOMER OF SIMPEDES SAVINGS BANK RAKYAT INDONESIA BRANCH IN BANDAR JAYA**

**BY**

**DIRA OKTA TRI CAHYANTI**

Banks generally run their business by collecting and channeling funds from the public through bank products including savings, time deposits, demand deposits and other banking products. This study aims to determine whether brand communication, brand image and brand trust affect loyalty. This study uses a sample of 100 customers of Bank Rakyat Indonesia SIMPEDES Savings in Bandar Jaya Branch. The analysis technique used is Multiple Linear Regression. The calculation results obtained by all independent variables affect loyalty. Brand image variable is a variable with the greatest influence on loyalty and variable brand trust is the variable with the smallest influence on loyalty. While the brand communication variable has a not too large influence.

**Keywords:** Brand Communication, Brand Image, Brand Trust And Loyalty