

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of Product Quality, Service Quality, Corporate Image, to the Customer Loyalty through the Use of Service ATM Bersama. The research data is the data obtained from the questionnaire all Member of ATM Bersama. This research is a quantitative explanation research. The sampling method used was non-probability sampling, The sampling technique used was stratified random sampling. The population in this study are all members of ATM Bersama Bank. In this case the researchers set criteria that the sample must be related individuals either in terms of business, technical, and operational in the Bank who became a member of ATM Bersama. Data analysis techniques used in the study was the analysis of validity and reliability, the analysis of structural equation modeling (SEM). Various of the analysis will be done in stages to process data to achieve the original purpose of the study. The results showed that the variables Quality of Service, Quality Products, and Corporate Image has a significant influence on the purchase decision variables and the results of hypothesis testing on variable Purchasing Decisions to variable Customer Loyalty ATM Bersama indicates that the purchase decision variables have a significant effect on the variable Customer Loyalty. Suggestions for further research are continuous research must be done to add other instruments for collecting data in addition to a questionnaire in the form of interviews or focus group discussion

Keyword: *Service Quality, Products Quality, Corporate Image, Purchase Decisions, Decisions of Use, Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Keputusan Penggunaan Layanan ATM Bersama. Data penelitian merupakan data Kuesioner yang didapat dari seluruh Bank Anggota ATM Bersama. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif kuantitatif. Metode sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*, teknik sampling yang digunakan adalah *stratified random sampling*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Bank anggota ATM Bersama. Dalam hal ini peneliti menetapkan kriteria bahwa sampel harus merupakan individu yang berhubungan baik dari sisi bisnis, teknis, dan operasional di dalam Bank yang menjadi anggota ATM Bersama. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian adalah analisis validitas dan reliabilitas, analisis *structural equation model (SEM)*. Berbagai analisis tersebut akan dilakukan secara bertahap untuk mengolah data yang ada demi tercapainya tujuan awal penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dan dari hasil pengujian hipotesis pada variabel Keputusan Pembelian terhadap variabel Loyalitas Pelanggan ATM Bersama menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. Saran untuk Penelitian selanjutnya adalah penelitian harus dilakukan secara *continous* menambahkan instrumen lain untuk pengambilan data selain kuesioner yaitu berupa wawancara atau *focus group discussion*

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Keputusan Pembelian, Keputusan Penggunaan, Loyalitas Pelanggan