

# **SKRIPSI**

**PREDIKSI *COMMITMENT*, *TRUST*, *PERCEIVED VALUE*  
*DAN CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER*  
*LOYALTY* PADA PENGGUNA KARTU FLAZZ BCA DI  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA**



**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : WINA**

**NIM : 115150019**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2019**

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : WINA  
NPM : 115150019  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI *COMMITMENT, TRUST,*  
*PERCEIVED VALUE DAN CUSTOMER*  
*SATISFACTION* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGGUNA KARTU FLAZZ BCA DI  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
TARUMANAGARA

Jakarta, 03 Desember 2018  
Pembimbing,

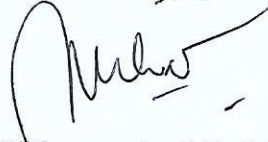



(Ronnie R. Masman, S.E., M.A., M.M.)


UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : WINA  
NPM : 115150019  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI *COMMITMENT, TRUST, PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA KARTU FLAZZ BCA DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Tanggal: 10 Januari 2018, Ketua Penguji : Ketua Penguji  
  
(Miharni Tjokrosaputro S.E., M.M., Dr.)

Tanggal: 10 Januari 2018, Pembimbing : Anggota penguji  
  
(Ronnie R. Masman, S.E., M.A., M.M.)

Tanggal: Januari 2018, Anggota Penguji : Anggota penguji  
  
(Louis Utama S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

**ABSTRAK**

(A) WINA (115150019)

(B) PREDIKSI *COMMITMENT*, *TRUST*, *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA KARTU FLAZZ BCA DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA

(C) xv + 126 hal, tabel 33; gambar 7; lampiran 3

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) *Abstract: This study aims to test empirically whether commitment, trust, perceived value, and customer satisfaction is a positive predictor of Flazz BCA card customer loyalty in Economic Faculty of Tarumanagara University. The research method used in this research is by questionnaire method that is done systematically based in research objectives. This research use convenience sampling as method, the number of respondents taken for research is 137 respondent. The analytical method used is the F- test, t- test, and multiple regression analysis. From the result of research show that commitment is a positive predictor on customer loyalty, trust is a not positive predictor on customer loyalty, perceived value is a not positive predictor on customer loyalty, and customer satisfaction is a positive predictor on customer loyalty*

**Keywords:** *Commitment, Trust, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*