

ABSTRAK

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. merupakan salah satu Bank yang bertransformasi dan berinovasi menciptakan produk dan layanannya secara digital. Brilink adalah salah satu produk dan layanan inovasi dari BRI sebagai tindak lanjut dari program laku pandai dari OJK yang diharapkan akan menjadi perwakilan BRI dalam melayani masyarakat di seluruh pelosok secara digital melalui agen brilink. Dalam perjalanannya, masih terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki oleh agen Brilink dari sisi *service quality*, *customer satisfaction*, *trust* dan juga *customer loyalty*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh *service quality*, *customer satisfaction*, *trust* terhadap *customer loyalty*. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk mempelajari hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan agar pelayanan agen brilink bisa lebih baik lagi.

Di dalam penelitian ini digunakan metode pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Jumlah sampel 400 responden dan pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner secara online menggunakan *google form* terhadap seluruh masyarakat yang bertransaksi di agen brilink di Sumatera Utara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, (2) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, (3) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty attitude*; (4) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty behaviour* ; (5) *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, (6) *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty attitude*, (7) *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty behaviour*, (8) *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty attitude*, (9) *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty behaviour*.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis dan memberikan kontribusi yang besar bagi BRI khususnya dalam memasarkan produk pada agen brilink, sehingga dapat dipahami dan digunakan oleh pelanggannya serta dapat meningkatkan kesejahteraan serta pertumbuhan perekonomian di Sumatera Utara. Saran bagi penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel penelitian, serta dapat meneliti agen brilink di seluruh Indonesia.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Trust* dan *Customer Loyalty*