ABSTRAK

 Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai

”Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Customer Value Serta Implikasinya

Terhadap Customer Trust (Survey Pada Nasabah Bank BRI Cabang Naripan

Bandung). Hasil penelitian diharapkan dapat membantu manajemen pelaksana

yang beroperasi di wilayah kerja Bank BRI dalam menentukan kebijakan atau

mengkoordinir keputusan, serta mempermudah proses implementasi strategi

pemasaran dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

 Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis

verifikatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan

menggunakan kuesioner disertai dengan teknik observasi. Pengumpulan data di

lapangan dilaksanakan pada tahun 2014. Teknik analisis data menggunakan

Analisis Jalur (Path Analysis).

 Hasil penelitian menunjukan bahwa bauran pemasaran jasa, customer value

dan customer trust secara umum relatif sudah baik. Hasil penelitian menunjukan

bahwa bauran pemasaran jasa mempengaruhi customer value dan customer trust

serta customer value mempengaruhi customer trust Bank BRI Cabang Naripan

Bandung.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Customer Value dan Customer Trust