

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Service Excellent* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar)” ini ditulis oleh Dyah Niluh Ariningrum, NIM 17401153141, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dengan Pembimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh pentingnya menjaga eksistensi dalam dunia bank yang persaingannya semakin ketat. Salah satu cara yang dilakukan dalam menjaga eksistensi adalah dengan membangun dan menjaga hubungan dengan nasabah. Entah itu dengan cara memperbaiki atau mengembangkan sistem yang ada di bank, seperti melakukan *customer relationship management* (membangun dan mempertahankan) nasabah ataupun *service excellent* (pelayanan prima) untuk nasabah. Cara tersebut semata-mata untuk mendapatkan loyalitas dari seorang nasabah, agar tetap menjalin hubungan jangka panjang terhadap bank atau tidak beralih ke bank lain.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah (1) Apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah? (2) Apakah *Service Excellent* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah? (3) Apakah *Customer Relationship Management* dan *Service Excellent* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti adanya hubungan pengaruh variabel *Customer Relationship Management*, *Service Excellent* terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar dan seberapa signifikan keadaan hubungan pengaruh tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, kuesioner dan dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, sementara uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 (5%).

Berdasarkan pada hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Variabel *Customer Relationship Management* tentang sumber daya manusia dan teknologi yang paling dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (2) Variabel *Service Excellent* tentang *reliability*, *tangible* dan *responsive* paling dominan dalam mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemudian hasil uji secara bersama-sama atau uji F kedua variabel bebas, yaitu (3) *Customer Relationship Management* dan *Service Excellent* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, *Service Excellent*, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Thesis with title “Effect of *Customer Relationship Management* and *Service Excellent* on Customer Loyalty (Case Study of Bank Muamalat Indonesia Blitar Sub-Branch Office)” Written by Dyah Niluh Ariningrum, NIM 17401153141. Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Syariah Banking, State Islamic Institute of Tulungagung. Advisor: Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

The research in this thesis is motivated by the importance of maintaining existence in the world of banks whose competition is getting tougher. One way that is done in maintaining existence is by building and maintaining relationships with customers. Whether it's by repairing or developing a system in the bank, such as conducting *customer relationship management* (building and maintaining) customers or *service excellent* for customers. This method is solely to get loyalty from a customer, in order to maintain long-term relationships with the bank or not to switch to another bank.

The formulation of this research: (1) Does *Customer Relationship Management* have a significant effect on customer loyalty? (2) Does the *Service Excellent* have a significant effect on customer loyalty? (3) Does *Customer Relationship Management* and *Service Excellent* have a significant effect on customer loyalty?. The purpose of this research is obtain evidence of a variable influence relationship of *Customer Relationship Management* and *Service Excellent* on Customer Loyalty.

This research uses a quantitative approach with the type of associative research. The data used is primary data. Data collection methods used were observation, questionnaires and documentation. The analysis technique used is multiple linear regression, while hypothesis testing uses partial test (t test) and simultaneous test (F test) with a significant level of 0.05 (5%).

Based on the results of the research show that (1) the variable *Customer Relationship Management* about human resources and technology is the most dominant positive and significant effect on customer loyalty. (2) *Excellent Service* Variables about reliability, tangible and most dominant responsiveness in influencing positively and significantly on customer loyalty. Then the results of the test together or the second F test of the independent variables, namely (3) *Customer Relationship Management* and *Service Excellent* together have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: *Customer Relationship Management, Excellent Service, Customer Loyalty*