

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan dan *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung” ini ditulis oleh Fitria Nur Aziza, NIM. 17401163196 pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati, S.E., M.Sy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang cukup pesat menimbulkan persaingan dalam memperebutkan nasabah. Untuk itu Bank Syariah harus pandai dalam menentukan strategi untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabah. Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung merupakan salah satu Bank Syariah yang mampu menghadapi persaingan dengan terus berkembang dengan memberikan produk dan pelayanan yang optimal.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) Apakah Atribut Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (2) Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (3) Apakah *Relationship Marketing* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (4) Apakah Atribut Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (5) Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (6) Apakah *Relationship Marketing* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung? (7) Apakah Kepuasan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk, kualitas pelayanan dan *relationship marketing* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung secara parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan peneliti yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji kualitas data, asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis *path* melalui program SPSS 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, Atribut Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, *Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Kata Kunci : Atribut Produk, Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, Kepuasan, Loyalitas.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Product Attributes, Service Quality and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty of the BRISyariah Bank Kediri Tulungagung Cash Office" was written by Fitria Nur Aziza, NIM. 17401163196 supervisor Hj. Amalia Nuril Hidayati, S.E., M.Sy.

This thesis research is motivated by the development of sharia banking in Indonesia which is quite rapid, causing competition in competing for customers. For this reason, Islamic banks must be clever in determining strategies to improve and retain customers. BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office is one of the Sharia Banks that is able to face competition by continuing to develop by providing optimal products and services.

The formulation of the problem in this study are (1) Do Product Attributes Affect the Customer Satisfaction of the BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office? (2) Does Service Quality Affect Customer Satisfaction of the BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office? (3) Does Relationship Marketing Affect Customer Satisfaction of the BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office? (4) Do Product Attributes Affect Customer Loyalty of the BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office? (5) Does Service Quality Affect Customer Loyalty of the BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office? (6) Does Relationship Marketing Affect Customer Satisfaction of the BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office? (7) Does Satisfaction Affect Customer Loyalty of the BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office ?. This research aims to determine the effect of product attributes, service quality and relationship marketing on customer satisfaction and loyalty at the BRISyariah Kediri Tulungagung Cash Office partially.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. The data used by researchers are primary data and secondary data. Data collection was carried out by means of a questionnaire. The sampling technique used was simple random sampling with a sample size of 100 respondents. Data analysis techniques were performed using data quality tests, classic assumptions, hypothesis testing and path analysis through the SPSS 16.

The results of the test shows that Product Attributes has significant and positive direct influence on customer satisfaction, Service Quality has significant and positive direct influence on customer satisfaction, Relationship Marketing has significant and positive direct influence on customer satisfaction, Product Attributes has not significant and positive indirect influence on customer loyalty, Service Quality has not significant and positive indirect influence on customer loyalty, Relationship Marketing has significant and positive direct influence on customer loyalty, Satisfaction has significant and positive direct influence on customer loyalty BRISyariah Kediri Tulungagung cash office..

Keywords: *Product Attributes, Service Quality, Relationship Marketing, Satisfaction, Loyalty*