

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Citra Merek dan Pemasaran Relasional terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung” ini ditulis oleh Lailaturrohmah, NIM. 17401163213 jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung dengan pembimbing oleh Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan dimana kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional berperan penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Loyalitas merupakan asset strategis yang berjangka panjang yang dimiliki lembaga. Sehingga loyalitas nasabah menjadi suatu faktor yang penting bagi perusahaan perbankan syariah agar bisa terus bertahan dalam persaingan bisnis.

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk menguji pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. (2) Untuk menguji pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. (3) Untuk menguji pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. (4) Untuk menguji pengaruh yang signifikan antara pemasaran relasional terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. (5) Untuk menguji pengaruh yang simultan antara kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*, jumlah sampel yang digunakan 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket dengan skala pengukuran adalah skala *likert*. Analisis data yang digunakan meliputi (1) uji instrumen data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, (2) uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas (3) analisis regresi linier berganda, (4) uji hipotesis meliputi uji t dan uji f dan (5) uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menggunakan uji-t menunjukkan bahwa setiap variabel kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRISyariah Kantor Kas Tulungagung Kediri. Sedangkan dari hasil pengujian secara simultan uji-f diketahui variabel kepuasan, kepercayaan, citra merek dan pemasaran relasional secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRISyariah Kantor Kas Tulungagung.

Kata Kunci : Kepuasan, Kepercayaan, Citra Merek, Pemasaran Relasional dan Loyalitas Nasabah

## ABSTRACT

*This thesis entitled "The Influence of Satisfaction, Trust, Brand Image and Relationship Marketing on Customer Loyalty of Bank BRISyariah Kas Kediri Tulungagung" was written by Lailaturrohmah, NIM. 17401163213 majoring in Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), IAIN Tulungagung with supervision by Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.*

*This research is motivated by the importance of institutions engaged in financial services where satisfaction, trust, brand image and relationship marketing play an important role in increasing customer loyalty. Loyalty is a long-term strategic asset owned by an institution. So that customer loyalty becomes an important factor for Islamic banking companies so that they can continue to survive in business competition.*

*The objectives of this study were (1) To examine the significant influence between satisfaction on customer loyalty of Bank BRISyariah cash office Kediri Tulungagung. (2) To test the significant influence between trust on customer loyalty of Bank BRISyariah, Kediri Tulungagung cash office. (3) To test the significant influence between brand image on customer loyalty of Bank BRISyariah, Kediri Tulungagung cash office. (4) To test the significant influence between relationship marketing on customer loyalty of Bank BRISyariah Cash Kediri Tulungagung. (5) To test the simultaneous influence between satisfaction, trust, brand image and relationship marketing together to influence customer loyalty at Bank BRISyariah Cash Office Kediri Tulungagung.*

*This research uses a quantitative approach with associative research type. The sampling technique used random sampling, the number of samples used was 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire / questionnaire with a scale of measurement is the Likert scale. The data analysis used included (1) test data instruments, namely validity and reliability tests, (2) classic assumption tests including normality tests, multicollinearity tests and heterosidasticity tests (3) multiple linear regression analysis, (4) hypothesis testing including t test and f test and (5) determination coefficient test.*

*The results of the study using the t-test showed that each variable of satisfaction, trustworthiness, brand image and relationship marketing had a positive and significant effect on customer loyalty at Bank BRISyariah Cash Office Tulungagung Kediri. Meanwhile, from the simultaneous test results f-test, it is known that the variables of satisfaction, trust, brand image and relationship marketing together have a positive and significant effect on customer loyalty at Bank BRISyariah, Cash Office of Tulungagung.*

*Keyword: Satisfaction, Trust, Brand Image, Relationship Marketing and Customer Loyalty.*