

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Marketing Mix 3P, Relationship Marketing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” ini ditulis oleh Elin Puji Lestari, NIM.12401173186, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya loyalitas dalam kelangsungan suatu perbankan, tidak hanya puas tetapi menciptakan sebuah komitmen yang tinggi sehingga akan menggunakan kembali serta mendukung produk/jasa di waktu berikutnya. Bagi perusahaan, dengan memiliki nasabah yang loyal merupakan sebuah asset yang penting, karena dengan adanya nasabah yang memiliki tingkat kelayakan atau kesetiaan yang tinggi dapat menciptakan hubungan mitra yang baik dalam jangka panjang untuk pengembangan suatu perusahaan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Adakah pengaruh positif dan signifikan marketing mix 3p terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung? (2) Adakah pengaruh positif dan signifikan relationship marketing terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung? (3) Adakah pengaruh positif dan signifikan marketing mix 3p, relationship marketing, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung? (4) Adakah pengaruh signifikan secara simultan marketing mix 3p terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sumber data adalah data primer dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, menggunakan teknik nonprobability dengan metode purposive sampling, skala pengukuran skala likert. Teknik analisis data meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas), uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f), dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 menunjukkan bahwa: (1) Marketing mix 3p berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung, (2) Relationship Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung, (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung, (4) Marketing mix 3p, Relationship Marketing, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix 3P, Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Nasabah*

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Effect of Marketing Mix 3P, Relationship Marketing, and Service Quality on Customer Loyalty Savers at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Tulungagung Sub-Branch Office "was written by Elin Puji Lestari, NIM. 12401173186, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, State Islamic Institute of Tulungagung, Advisor, Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.*

*This study is motivated by the importance of loyalty in the continuity of a banking, not only being satisfied but creating a high commitment so that it will reuse and support the product / service in the next time. For companies, having loyal customers is an important asset, because having customers who have a high level of loyalty or loyalty can create good partner relationships in the long run for the development of a company.*

*The formulation of the problems in this study are: (1) Is there a positive and significant effect of marketing mix 3p on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tulungagung Sub-Branch Office? (2) Is there a positive and significant relationship marketing influence on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tulungagung Sub-Branch Office? (3) Is there a positive and significant effect of marketing mix 3p, relationship marketing, and service quality on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tulungagung Sub-Branch Office? (4) Is there a simultaneous significant effect of 3p marketing mix on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tulungagung Sub-Branch Office?*

*This study uses a quantitative approach with associative research type. The data source is primary data with data collection techniques using a questionnaire. The number of samples used was 100 respondents, using nonprobability techniques with purposive sampling method, Likert scale measurement scale. Data analysis techniques include: validity test, reliability test, normality test, classic assumption test (multicollinearity test and heteroscedasticity test), multiple linear regression test, hypothesis test (t test and f test), and determination coefficient test.*

*The results of study conducted using SPSS 16.0 indicate that: (1) Marketing mix 3p has a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung, (2) Relationship Marketing has a positive and significant effect on the loyalty of savings customers at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung, (3) Service Quality has a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung, (4) Marketing mix 3p, Relationship Marketing, and Service Quality simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.*

**Keywords:** *Marketing Mix 3P, Relationship Marketing, Service Quality, and Customer Loyalty*