

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Relationship Marketing*, *Service Performance* Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung” ini ditulis oleh Galih Fahmi Fadhillah, NIM. 12401173252, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. Deny Yudiantoro, S.AP., M.M

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Fenomena yang terjadi di lapangan, Mengingat pentingnya loyalitas pada perusahaan, maka perusahaan harus berupaya menumbuhkan loyalitas pelanggan. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan sebuah bank adalah selalu berusaha meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor terbentuknya loyalitas.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk menguji pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung, (2) Untuk menguji pengaruh *Service Performance* Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung, (3) Untuk menguji pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung, (4) Untuk menguji pengaruh *Relationship Marketing*, *Service Performance* , dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, observasi dan dokumentasi. Populasi penelitian ini terdapat 377 orang yang terdiri dari nasabah kredit usaha rakyat pada BRI Syariah Tulungagung. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin diperoleh 79 orang. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Relationship Marketing* memiliki pengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung, (2) *Service Performance* memiliki pengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung, (3) Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung, (4) *Relationship Marketing*, *Service Performance* , dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat Pada BRI Syariah Tulungagung.

Kata Kunci :*Relationship Marketing*, *Service Performance*, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Relationship Marketing, Service Performance and Customer Satisfaction on Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung" was written by Galih Fahmi Fadhillah, NIM. 12401173252, Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, Supervisor Dr. Deny Yudiantoro, S.AP., M.M

This research is motivated by the phenomenon that occurs in the field, Given the importance of loyalty to the company, the company must strive to grow customer loyalty. One strategy that can support the success of a bank is to always try to improve the quality of services or services provided. Customer satisfaction is one of the factors in the formation of loyalty.

The objectives of this study are: (1) To examine the effect of Relationship Marketing on Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung, (2) To examine the effect of Service Performance on Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung, (3) To examine the effect of satisfaction Customers to Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung, (4) To examine the effect of Relationship Marketing, Service Performance, and Customer Satisfaction on Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung.

This research method uses a quantitative approach. Collecting data in this study using a questionnaire or questionnaire, observation and documentation. The population of this study there are 377 people consisting of people's business credit customers at BRI Syariah Tulungagung. Sampling using the slovin formula obtained 79 people. The measurement in this study uses a Likert scale. The data analysis method used is multiple linear regression analysis to prove the research hypothesis.

The results of this study indicate that: (1) Relationship Marketing has an influence on Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung, (2) Service Performance has an influence on Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung, (3) Customer satisfaction has an influence on Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung, (4) Relationship Marketing, Service Performance, and Customer Satisfaction on Loyalty of People's Business Credit Customers at BRI Syariah Tulungagung.

Keywords: Relationship Marketing, Service Performance, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty