

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat KCP Nganjuk” ini ditulis oleh Bagas Dwi Prastyo, Nomor Induk Mahasiswa 12401183232, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan bank syariah di Indonesia yang cukup menjanjikan. Perkembangan dan kemajuan bank syariah sendiri tidak lepas dari sikap loyal atau kesetiaan nasabah dalam menggunakan produk maupun jasa di bank syariah. Ada beberapa cara yang efektif untuk menciptakan loyalitas nasabah yaitu dengan memberikan pelayanan atau layanan yang baik kepada nasabahnya, membangun *relationship* hubungan jangka panjang antara pihak bank dengan nasabahnya, dan membuat nasabah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh bank. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil permasalahan kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan *relationship marketing* dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan *relationship marketing*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis pendekatan *eksplanatori*. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan cara *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden Bank Muamalat KCP Nganjuk. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sumber yang digunakan adalah sumber data primer. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Teknik analisis data meliputi: (1) uji instrumen data, (2) uji asumsi klasik, (3) uji regresi linier berganda, dan (4) uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, (2) kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, (3) *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, (4) kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan *relationship marketing* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat KCP Nganjuk.

Kata kunci : Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan, Loyalitas Nasabah, Relationship Marketing

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Service Quality, Customer Satisfaction, and Relationship Marketing on Customer Loyalty at Bank Muamalat KCP Nganjuk" was written by Bagas Dwi Prastyo, Student Identification Number 12401183232, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, with mentor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This study is motivated by the development of Islamic banks in Indonesia which is quite promising. The development and progress of Islamic banks itself cannot be separated from the loyal attitude or loyalty of customers in using products and services at Islamic banks. There are several effective ways to create customer loyalty, namely by providing good service or services to customers, building long-term relationships between the bank and its customers, and making customers feel satisfied with the services provided by the bank. Therefore, this study takes the problem of service quality, customer satisfaction, and relationship marketing with the aim of knowing the effect of service quality, customer satisfaction, and relationship marketing.

This study uses a quantitative approach to the type of explanatory approach. Sampling in this study using accidental sampling. The sample in the study was 100 respondents at Bank Muamalat KCP Nganjuk. Collecting data using a questionnaire. The source used is the primary data source. The measurement scale used in this study is the Likert scale. Data analysis techniques include: (1) data instrument test, (2) classical assumption test, (3) multiple linear regression test, and (4) hypothesis testing.

The results showed that: (1) service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, (2) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, (3) relationship marketing has a positive and significant effect on customer loyalty, (4) service quality, customer satisfaction, and relationship marketing together have a positive and significant effect on customer loyalty at Bank Muamalat KCP Nganjuk.

Keywords: Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Relationship Marketing, Service Quality