

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BNI SYARIAH
KANTOR CABANG PALEMBANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang. Sumber data yang digunakan penulis pada penelitian ini diperoleh dari nasabah pada Bank BNI Syariah kantor cabang Palembang.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang menggunakan skala likert. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Incidental sampling*. Adapun teknik analisis data terhadap kuesioner yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistic Version 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. *Relationship marketing* dan kualitas pelayanan secara simultan (bersamaan) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah