

ABSTRAK

Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Palembang

JANNATUN TAJRIN

1710603025

Secara garis besar tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS 23. Pengumpulan data menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner yang disebar kepada 100 responden pada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Demang Palembang, kemudian dilakukan analisis dengan data yang ada menggunakan Uji Validitas, Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil variabel Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kerelasiaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Palembang. Hasil persamaan yang diperoleh $Y = 0,052 + 0,113 (X1) + 0,070 (X2) + 0,102 (X3)$. Variabel Komunikasi Pemasaran berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, variabel Kerelasiaan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dan secara Simultan dinyatakan bahwa nilai Fhitung 7.157 sedangkan

nilai Ftabel dengan level signifikan 0,05 yaitu 3,09 maka dapat dinyatakan X1, X2 dan X3 secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Palembang.

Keyword : Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kerelasiaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah