

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh dari digitalisasi bank dan *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah menggunakan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KCP Empat Lawang.

Metode dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini menyangkut seluruh nasabah yang tidak diketahui pasti jumlahnya dan sampel penelitian ini berjumlah 105 nasabah yang dicari menggunakan rumus Hair dengan nasabah yang menggunakan layanan digitalisasi bank BSI dan sekurangnya pernah melakukan transaksi minimal dua kali dalam sebulan dengan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling*.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan output penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$ . Kemudian CRM tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Digitalisasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ . Kemudian CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ . Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan mampu memediasi secara parsial hubungan digitalisasi bank terhadap loyalitas nasabah. Kemudian kepuasan juga mampu memediasi secara full hubungan CRM terhadap loyalitas nasabah.

**Kata Kunci:** Digitalisasi Bank, *Customer Relationship Management*, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah