

ABSTRAK

Pengaruh Customer Relationship Marketing, Bauran Pemasaran dan Service Performance Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang

Secara garis besar tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Customer Relationship Marketing*, Bauran Pemasaran dan *Service Performance* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS versi 21. Pengumpulan data menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner yang disebar kepada 100 responden nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang, kemudian dilakukan analisis dengan data yang ada menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil variabel *Customer Relationship Marketing*, Bauran Pemasaran dan *Service Performance* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang. Hasil persamaan yang diperoleh $Y = 4,832 + 0,287 (X1) + 0,134 (X2) + 0,241 (X3)$. Variabel *Customer Relationship Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, variabel Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, variabel *Service Performance* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dan secara Simultan dinyatakan bahwa $F_{hitung} 10,915$ sedangkan nilai F_{tabel} dengan level

signifikan 0,05 yaitu 2,70, maka dapat dinyatakan bahwa X1, X2 dan X3 secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.

Keyword : *Customer Relationship Marketing*, Bauran Pemasaran, *Service Performance* dan Loyalitas Nasabah