

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Relasional dan Kualitas Relasional terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang” dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan bisnis bank syariah di kota Palembang yang saat ini semakin meningkat, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Penerapan strategi pemasaran relasional dan kualitas relasional merupakan strategi yang tepat untuk dapat melihat dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pemasaran relasional dan kualitas relasional terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang, baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel berjumlah 90 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran relasional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang, hal ini sesuai dengan nilai thitung $>$ ttabel $3,009 > 1,988$ dengan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Dan kualitas relasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang dengan nilai thitung $>$ ttabel $2,718 > 1,988$ dan nilai signifikan $0,008 < 0,05$. Sedangkan secara simultan atau bersama-sama seluruh variabel pemasaran relasional dan kualitas relasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang dengan nilai Fhitung $23,876 >$ Ftabel $3,95$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.”

Kata Kunci: *Pemasaran Relasional, Kualitas Relasional, dan Kepuasan Nasabah*