

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Service Excellent*, *Relationship Marketing*, *Facilities* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KCP Baturaja. Populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh Nasabah Bank Muamalat KCP Baturaja yang jumlahnya pastinya dalam periode Lima Tahun Terakhir, sehingga teknik pengumpulan sampel yang dengan menggunakan Rumus *Slovin* menggunakan Kuesioner yang dilakukan terhadap 98 Nasabah Bank Muamalat KCP Baturaja. Analisis data yang menggunakan SPSS Versi 22. Hasil menunjukkan bahwa *Service Excellent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, *Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, *Facilities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, dan *Brand Trust* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hasil dan kesimpulan penelitian ini diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan, sehingga penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.

Kata kunci : *Service Excellent*, *Relationship Marketing*, *Facilities* ,*Brand Trust*,
Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Service Excellent, Relationship Marketing, Facilities and Brand Trust on Customer Loyalty of Bank Muamalat KCP Baturaja. The population in this research is all customers of Bank Muamalat KCP Baturaja whose number is certain in the last five years, so that the sample collection technique using the Slovin formula uses a questionnaire conducted on 98 customers of Bank Muamalat KCP Baturaja. Data analysis using SPSS Version 22. The results show that Service Excellent has a positive and significant effect on Customer Loyalty, Relationship Marketing has a positive and significant effect on Customer Loyalty, Facilities has a positive and significant effect on Customer Loyalty, and Brand Trust has no positive and significant effect on Loyalty Customer. The results and conclusions of this study are expected to make this research a reference, so that this research can be useful and add insight for future researchers.

Keywords: Service Excellent, Relationship Marketing, Facilities, Brand Trust, Customer Loyalty