

PENGARUH *EMOTIONAL MARKETING* DAN *SPIRITUAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP PALEMBANG DEMANG



Oleh :

Muhammad Nur Fadli

1930603195

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

2023