

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh dari Atribut Produk Islam serta *Relationship marketing* pada Loyalitas Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang. Teknik pengumpulan data pada penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Jumlah responden yang diberikan pernyataan terkait penelitian sebanyak 99 responden. Metode analisis dilakukan dengan memakai persentase.

Hasilnya menjelaskan Atribut Produk Islam (X1) memberikan pengaruh yang signifikan pada Loyalitas Nasabah di PT. Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang. Hal itu terlihat dari keunggulan produk yang semakin baik menandakan loyalitas nasabah juga akan meningkat. *Relationship Marketing* (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan pada Loyalitas Nasabah di PT. Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang, demikian terlihat dari nilai nasabah yang memberi pengaruh terbesar pada loyalitas nasabahnya. Dengan demikian kesimpulan yang diperoleh yaitu semakin baik *relationship marketing* mencakup dimensi keandalan ataupun reliability, menunjukkan fisik yang dinamakan *tangible*, cepat tanggap ataupun responsiveness, empati yang dinamakan empathy serta jaminan ataupun assurance sehingga jika loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan. Secara simultan Atribut Produk Islam (X1) dan *Relationship Marketing* (X2) memberikan pengaruh yang signifikan pada Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang.

**Kata kunci:** *loyalitas nasabah, atribut produk Islam, relationship marketing*